

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет педагогики, психологии и
социальных наук

Кафедра «Методология науки,
социальные теории и технологии»

Направление подготовки

39.03.01 Социология

Профиль подготовки

Социология социальной сферы

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Социологический анализ популярности электронной формы изданий у
читателей»

Студент

Карькаева
Виктория Рафиковна

Руководитель

Очкина А.В.

Нормоконтролёр

Очкина А.В.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № ____)

Заведующий кафедрой

Очкина А.В.

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № ____)

Секретарь ГЭК

Удалова Е.С.

Пенза 2016

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Чтение как социальный процесс и его динамика	7
1.1. Социокультурное и социально-историческое значение книги ...	7
1.2. Влияние формы издания на отношение человека к чтению	24
1.3. Электронная книга и электронное издание как новое социальное явление	28
Глава 2. Анализ популярности электронной формы изданий у читателей	35
2.1. Социологическое исследование популярности электронной формы изданий у населения г. Пенза	35
2.2. Экспертные оценки уровня популярности электронной формы изданий у читателей	51
2.3. Анализ потребительского поведения методом наблюдения	59
2.4. Пути решения обозначенных проблем	67
Заключение	69
Приложение	77

Введение

Мониторинг популярности электронной формы изданий у населения является весьма актуальным направлением исследования, поскольку он позволяет охарактеризовать современные читательские предпочтения, выявить реальную иерархию ценностных ориентаций современных читателей. Это поможет более чётко охарактеризовать реальные читательские потребности и вытекающие из них интересы на настоящий момент, позволяет увидеть наиболее актуальные направления развития издательского дела, структурных и функциональных изменений средств массовой информации в России.

С появлением электронных носителей информации и Интернета люди гораздо реже начали заглядывать в книжные страницы. Печатные издания, радио и ТВ получили свое отражение и продолжение в Интернете, возникли проекты, которые существуют только в Интернете (например, Gazeta.ru). В связи с развитием новых типов средств массовой информации стали использоваться новые термины. В среде специалистов в области электронных изданий стали употребляться иноязычные слова «медиа» и «масс медиа», которые стали синонимом электронных изданий. С информационными сайтами в Интернете и мобильными приложениями стали связывать понятие «New media».

В условиях современных информационных войн, ареной которых оказываются умы молодых поколений, представляется крайне актуальным и необходимым изучение состояния и трансформаций электронных изданий, которые становятся все более активным агентом, способным влиять на социальное поведение больших общественных групп.

Прогнозы экспертов в области книжного дела в течение последних лет остаются неутешительными: традиционная книга уступает свои позиции. И связано это не только с тем, что сокращается число читателей, но и в большей степени с тем, что форма подачи текста меняется, попросту –

наступает время электронных изданий. Существует несколько причин растущей популярности электронных книг: это стремительное развитие информационных технологий, удобство электронных книг, их компактность, появление новых и удобных форматов и платформ и пр.

Целью исследования является выявление читательских предпочтений жителей г. Пензы, выявление степени популярности электронной формы изданий у читателей.

Достижение цели предполагает решение следующих *задач*:

- определить социокультурное и социально-историческое значение книги;
- обозначить влияние формы издания на отношение человека к чтению;
- рассмотреть электронную книгу и электронное издание как новое социальное явление;
- провести анализ популярности электронной формы изданий у читателей на основе анкетирования, экспертного суждения, а также наблюдения.

Объектом исследования является население г. Пензы.

Предметом исследования выступают читательские предпочтения населения г. Пензы.

Гипотезы исследования:

1. Действительно, в современной России существуют тенденции снижения спроса на печатные книги, вместе с тем наблюдается увеличение спроса на электронные издания.
2. Причинами растущей популярности электронных книг и изданий являются, прежде всего, всеобщая зависимость от интернет-технологий и информационных технологий, удобство электронных форм книг, стремительное развитие информационных технологий, появление новых гаджетов.
3. В своем большинстве молодое поколение не считают важным и необходимым читать книги, отдавая предпочтение, другим видам досуга, не считая книгу необходимым элементом индивидуального развития.

В качестве *методов* исследования использовались контент-анализ, экспертный опрос, анкетирование, вторичное исследование (данные различных исследовательских компаний – TNS, Медиалогия, ФОМ), а также контент-анализ (содержательные характеристики различных электронных изданий). При выявлении специфики российских электронных изданий используется сравнительный метод. Выводы в исследовании подготовлены на основе теоретического и эмпирического подходов.

Научно-теоретическая и практическая значимость исследования заключается в следующем: результаты могут быть использованы для дальнейших исследований, связанных с изучением читательских предпочтений, деятельности издательских организаций, деятельности СМИ в России и за рубежом; выводы, приведенные по итогам социологического опроса, могут использоваться в качестве ориентиров при разработке политики развития читательского спроса в регионах, самообразования личности и повышения культуры в целом; на основе полученных результатов исследования возможно создание курсов по социологии, социологии региона, книговедению.

Степень разработанности проблемы:

В современной науке, как на Западе, так и в России, исследованию средств массовой информации посвящено большое количество работ в социологии, журналистике, политологии, философии, социальной психологии. Среди теоретических исследований электронных изданий, которые описывали закономерности функционирования и осуществляли попытку прогнозирования перспективы развития средств массовой информации и массовой коммуникации, можно выделить основоположника теории современного информационного общества («глобальной деревни») М. Маклюэна. Изучением современных электронных изданий занимался П. Бурдьё. Классификацию моделей электронных изданий в разное время осуществляли Г.Гербнер, М. Кастельс, Д.Макквейл, А.Моль, Ю.Хабермас, М.Хоркхаймер, Г.Шиллер, У.Шрамм.

Изучение информационного поля, создаваемого электронных изданий, велось представителями социального конструктивизма, среди которых наиболее значимыми фигурами являются П. Бергер, Т. Лукман. Изучение электронных изданий в рамках теории структурного функционализма осуществлялось Р. Мертоном, Г. Лассуэлом, П. Лазарсфельдом.

Общие проблемы развития электронных изданий в современном мире в отечественной науке были сформулированы в трудах В.М. Березина, Л.М. Земляновой, В. Конецкой, Г. Почепцова, Е. Прохорова и других. Целый ряд исследователей ввиду изменений в структуре электронных изданий, потребительских предпочтениях аудитории и особенностях работы рынка рекламы перестал быть актуальным, а выводы корректными и универсальными. Тем не менее, можно выделить следующих отечественных исследователей: В.В. Афанасьев, Ю.Б. Боров, Г.Н. Вачнадзе, Б.А. Грушин, И.М. Дзялошинский, Е.Н. Дугин. Значительный вклад в изучение роли электронных изданий внесли А.В. Жаворонков, В.П. Коломиец, И.В. Задорин, И.Д. Фомичёва. Тем не менее, анализ литературы показывает, что практически не представлены работы, в которых проводился бы социологический анализ популярности электронных изданий у читателей.

Глава 1. Чтение как социальный процесс и его динамика

1.1 Социокультурное и социально-историческое значение книги

История письменности – это история развития человека и его культуры. Письменность появилась для того, чтобы можно было передавать послания на расстоянии. Предшественниками той письменности, что мы имеем сейчас – различные предметы, которые несли в себе определенный смысл. Самое интересное, что тот, кто передавал такие предметы, вовсе не задумывался, поймет ли адресат их значение. Перуанцы использовали разнообразные веревочки, на которых завязывали узелки и по-разному прикрепляли их на палочку. Возможности такого «письма» были крайне ограничены. Позднее они стали рисовать на дощечках фигурки.

История книги, как и история человечества, прошла долгий путь развития. Ученые утверждают, что первые тексты появились в конце IV в. до н.э. у египтян. Их можно рассматривать как прообразы книг. В самом начале книга была рисованной, рукописной и даже рукодельной. Первые книги высекали на скалах, вырезали на дощечках, рисовали на глиняной посуде или выдавливали на кожаной одежде.

Письмо прошло 3 стадии развития:

- 1) пиктографическое письмо, которое передавало целое изображение;
- 2) идеографическое письмо – определенные символы для отдельных слов или понятий. Такая система существует и поныне – иероглифы в Китае;
- 3) фонетическое письмо, которое мы используем до сих пор.

Первой была издана рукописная книга. Ее создание было очень трудоемким и долгим, соответственно и стоимость была очень высока. Лишь немногие люди могли себе позволить приобрести ее. Владение письменностью и умение читать ценилось достаточно высоко. Однако книг-то было мало, и чтение оставалось привилегией избранных.

Росли города, развивались ремесла и торговля, возрастала потребность в овладении письмом, количество людей, умеющих читать и писать, росло от

года к году. И переписчики уже не могли удовлетворить такой спрос. Таким образом, появляется книгопечатание. Возможность тиражирования способствовала более широкому распространению книг, которые становятся дешевле и доступнее.

О проблеме, связанной с утратой прежней популярности книги, обреченностью бумажной книги, как ни странно, начали говорить еще в конце 1960-х гг. Причем первыми беспокойство выразили в Германии, в стране, за которой закрепился статус государства, где в середине 1440-х гг. Иоганном Гуттенбергом был изобретен европейский способ книгопечатания подвижными литерами, распространившийся по всему миру. С появлением электронных носителей информации и Интернета люди гораздо реже начали заглядывать в книжные страницы [14, с 29].

В культуре потребительского общества, как признает Ж. Бодрийяр, в число предметов потребления попадают не только вещи, но и книги. Книги становятся в культуре потребления одним из видимых «аксессуаров роскоши, одним из элементов коллекции потребляемых благ» [7, с.22].

На сегодняшний день в России бумажная книга больше всего находит себя в детских и альбомных изданиях, в сегменте «Книга-подарок». Рынок продаж бумажных книг сокращается в катастрофическом темпе.

В культуре потребительского общества способом функционирования человека становится непрерывный и «утонченный концерт потребления». Потребление стирает функциональные различия между потребляемыми вещами («нет больше различия между высшим сортом бакалеи и галереей живописи, между “Плейбоем” и “Трактатом о палеонтологии”»), но предписывает им престижно-смысловые различия.

Один из последних бестселлеров - трилогия «Пятьдесят оттенков» британской писательницы Э.Л. Джеймс - была «издана» тиражом 1,5 миллиона электронных книг специально для и-ридеров. Но в целом знаменитая трилогия (книги «Пятьдесят оттенков серого», «На пятьдесят оттенков темнее» и «Пятьдесят оттенков свободы»), предназначенная для

лиц старше 18 лет, была продана тиражом 70 миллионов экземпляров по всему миру. Для сравнения: самым продаваемым изданием остаются книги Дж. К. Роулинг про Гарри Поттера (свыше 450 миллионов экземпляров по всему миру). Естественно, в продвижении подобных изданий «повинна» т. н. «читательская мода» - «динамическая форма стандартизированного поведения читателей, проявляющаяся в демонстративно избирательном отношении к произведениям печати в соответствии с культурными нормами референтной группы». Причем модны не сами по себе произведения, а поведение читателей по отношению к ним.

Развивая эту мысль, можно обратиться к результатам анкетирования, которое было проведено в апреле-мае 2015 г. Один из вопросов анкеты звучал так: «Каких современных российских писателей вы знаете?» Предлагался ряд имен самых издаваемых, по данным Российской книжной палаты, авторов, в которую входили Б. Акунин, В. Пелевин, Д. Донцова и др. Требовалось отметить те имена, которые читателям известны, и те, произведения которых читали. Результаты говорят сами за себя: ни одно имя не осталось неотмеченным в графах «знаю» и «читал». Наиболее популярными у читавших тексты оказывается В. Пелевин (45,5 % респондентов), Д. Донцова (33,8 %), Т. Толстая (28,6 %), Б. Акунин (27,3 %), Т. Устинова (20,8 %). Среди зарубежных авторов популярны следующие: П. Зюскинд (61 %), П. Коэльо (41,6 %), Дж. Толкиен (39 %), Дж. Роулинг (33,8 %), Ч. Паланик (23,4 %). Причем несложно предположить, что популярность среди отечественных читателей (в особенности это касается зарубежных писателей) обозначенные авторы приобрели благодаря своим бестселлерам; и совершенно необязательно, что аудитории известна остальная, не «топовая» часть их творчества [17, с 36]..

Прогнозы экспертов в области книжного дела в течение последних лет остаются неутешительными: традиционная книга уступает свои позиции. И связано это не только с тем, что сокращается число читателей, но и в

большей степени с тем, что форма подачи текста меняется, попросту наступает время электронных изданий.

В культуре общества потребления меняется символическая стоимость вещи и то, что в культуре производящего общества не имело стоимости или не являлось атрибутом роскоши, сейчас приобретает огромную цену. В качестве таких естественных и одновременно «бесценных» феноменов Бодрийяр перечисляет: «пространство и время, чистый воздух и зелень, вода, тишина».

Следует отметить, что одной из главных разновидностей роскоши и сам Ж. Бодрийяр, и его последователи рассматривают «свободное время» или «время досуга» [7, с.34]. Право распоряжаться своим временем, самостоятельно его организовывать, планировать, находить «свободное время» для занятий хобби, например чтения, становится одним из самых редких и дорогих удовольствий в этой культуре. «Неравновесие и неравенство не уменьшились, они перенесены на другой уровень» [6, с.141]. Если раньше у бедных не было возможности освоить грамоту и чтение, не было денег на покупку книг, то сегодня у них нет времени на то, чтобы прочесть книгу. «Знание и власть стали или становятся самыми большими редкостными благами в наших обществах изобилия». В современном европейском обществе грамотность, письмо, чтение являются культурными навыками, доступными всем. Однако возможность реализации этих навыков в культурных практиках повседневности становится все более и более элитарной.

Как пишет Ж. Бодрийяр, «в рамках абстрактной демократии орфографии или телевизора может гораздо лучше осуществиться настоящая система дискриминации» [6, с.89]. Эта дискриминация скрытая: доступ к информации и ее основным источниками - книгам и медиа - как будто бы открыт всем. Но характер системы занятости, включенности в трудовые процессы лишает сегодня трудящиеся массы доступа к самым простым и естественным, а потому самым дорогим благам: свободному времени,

частному, приватному пространству, чистому воздуху и книге, как атрибуту свободы и медитативности. Но эта дискриминация завуалирована за лозунгами общества потребления и теми поведенческими моделями, которые навязываются средствами массовой пропаганды потребительского образа жизни - глянцевыми журналами и гламурными телепередачами и телеканалами. «Туфли вместо книжек!» - лозунг общества потребления.

Знания, культура, книги, чтение в логике культуры потребительского общества оказываются всего лишь «вариантом более острой и тонкой культурной сегрегации», «резервом магической власти» [7, с.165]. Поэтому для наивного и бедного демократического большинства, искренне увлеченного процессом потребления, знания не обязательно получать из первоисточника, важно публично демонстрировать приобщенность к знаниям и к первоисточнику. Книги не обязательно читать и обдумывать, ими нужно владеть и делать это демонстративно и публично. Чтение не обязательно осуществлять, его можно симулировать,нося книгу в дамской сумочке или выкладывая на журнальный столик. Культурные явления, как и потребительские товары, в культуре потребительского общества «симулируют социальную сущность - статус», становятся фетишем, знаком «изобилия и благодати».

В то же время Ж. Бодрийяр подчеркивает, что «для наиболее обеспеченного богатством и властью меньшинства книги, знания, чтение, культура» по-прежнему остаются тем, чем они являлись всегда - «средствами воспитания и образования, необходимыми для получения и удержания власти и богатства» [6, с.200].

В культуре потребительского общества расслоение происходит по линии автономности. Свободный субъект может удовлетворять свои желания, вырастающие из реальных жизненных потребностей. Подвластный субъект потребления вынужден наслаждаться тем, что предписывает общество. Жажда наслаждений выходит в обществе потребления на первый план вместо вырастающих из процессов производства потребностей и их

удовлетворения. Жажда наслаждений ведет к преодолению повседневности, стремлению к постоянному выходу за ее рамки, возрастает интерес к литературе фэнтези и киберпанка, альтернативной истории, технической и социальной фантастике, самым разнообразным приключенческим жанрам литературы. Из потребности к преодолению повседневности вырастает, по словам Ж. Бодрийяра, и «оживление универсальной любознательности» [6, с.110], что ведет к росту читательской активности в сфере нон-фикшн, не художественного чтения, а рекомендательного чтения, чтения полезных советов по преодолению быта, совершенствованию тела, путешествий в неведомые страны.

Культурологический анализ сложившейся социокультурной ситуации чтения, а также техник и технологий чтения предполагает, что в качестве предметного основания произошедших трансформаций будут рассмотрены такие важнейшие факторы, как развитие цифровых информационных технологий. Информационные технологии — это способы переработки, хранения и распространения текстов и знания. Постоянно развивающиеся информационные технологии (цифровые носители и программное обеспечение), а также способы коммуникации (развитие мобильной связи и сетевого общения) с необходимостью привели к трансформациям традиционной культуры и традиционных форм социокультурной коммуникации, наступившим сегодня повсеместно. Место традиционных бумажных письменных носителей коммуникации, таких, как тетрадь, газета, журнал или книга все более настоятельно занимают разнообразные гаджеты - электронные, цифровые носители информации.

Развитие информационных технологий М. Кастельс характеризует как процесс интеграции электронных средств коммуникации. Этот ученый подробно описывает, как компьютер принял на себя функции не только супервычислительной машины, но и печатной машинки, радиоприемника, телевизора, проигрывателя музыкальных пластинок и дисков, телефона, книги, газеты, журнала, почты, и многих других достижений XIX-XX веков,

поглотив их и одновременно придав им новую жизнь и новое измерение.

Этот разнородный по своему содержательному насыщению, но единый по технологическим средствам поток информации М. Кастельс назвал информационным суперхайвеем. Его значение, по мнению ученого, не стоит недооценивать. Оно состоит в том, что «интеграция в одной и той же системе текстов, изображений и звуков, взаимодействующих из множества различных точек, в избранное время (в режиме реального времени или с запаздыванием), в глобальной сети и в условиях открытого и недорогого доступа, фундаментально меняет характер коммуникации» [6, с.98]. Сейчас это интегральное свойство информационных технологий принято называть мультимедийностью.

Другой важнейшей характеристикой информационной технологии новой коммуникации становится интерактивность. Для М. Кастельса интерактивность - это новый способ «взаимодействия между обоими полушариями мозга, машинами и социальными контекстами», когда «различные измерения человеческого духа объединяются в новом» виртуальном измерении, а в качестве средств коммуникации «формируются супертекст и метаязык, впервые в истории объединяя в одной и той же системе письменные, устные и аудиовизуальные способы человеческой коммуникации» [20, с.54].

Л. Ионин рассматривает интерактивность новых технологий в категории диалога. Он утверждает, что новые технологии дают возможность диалогической обратной связи «сотням пользователей через электронную почту, информационные табло, форумы, чаты и телеконференции» [19, с.48]. Интерактивность - это способность каждого автономного субъекта глобальной коммуникации свободно оперировать со всем массивом доступной информации, то есть в процессе электронного чтения продуцировать информацию, ее размещать, принимать, отсеивать, выбирать, распространять и т.д. независимо от того, в какой форме (аудиальной, визуальной, графической или вербальной) эта информация представлена.

Цифровая коммуникация отличается также отсутствием физических посредников между тем, кто производит текст, информацию, знания, и тем, кому она адресована. В качестве виртуального посредника может выступать используемый для доступа к сети Интернет компания (провайдер), программное обеспечение сетевого подключения (браузер) и поисковая система. Необходимая информация может быть получена по сетевому запросу мгновенно в режиме реального времени.

Также специфичен порядок персонализации в сетевой коммуникации, где субъектом коммуникации может выступать индивид или группа людей, имеющих свое сетевое имя и адрес и пытающихся на основе всей обрабатываемой субъектами сетевого общения информации осуществлять построение «индивидуального коттеджа» в «глобальной информационной деревне».

К факторам, меняющим «способы общения, ухаживания, трудовой и творческой деятельности, соперничества, купли продажи, управления» Г. Рейнгольд относит также мобильность современных компьютерных и Интернет-технологий, когда местонахождение и время суток утрачивают свое значение. Технологиями мобильного Интернета человек оказывается вовлеченным в жизнь своего виртуального сообщества круглосуточно и повсеместно. Современный мобильный читатель получает круглосуточный доступ к любым сайтам отдельных людей, организаций, государственных или муниципальных библиотек или частных электронных издательств и, соответственно, к любым текстам (вербальным, аудиальным, визуальным), размещенным на этих интернет-сайтах.

Как результат перехода от традиционных способов сохранения и передачи текстов к информационным технологиям, а от них к новым ценностям и формам культурного взаимодействия возникают специфические формы социальных коммуникаций, достаточно подробно описанные М.Кастельсом, О.Тоффлером, Т.Рейнгольдом и другими.

Социальным следствием процессов развития информационных

технологий стала такая особенность новой коммуникации, как ее сегментированность или то, что Кастельс назвал «концом массовой аудитории» [20, с.67]. Все ранее существовавшие в культуре формы распространения информации возникали в качестве элитарных, но со временем тяготели к расширению своих субъектов - письменность, книгопечатание, почтовое сообщение, телефония, радиовещание, телевидение. Это было обусловлено не столько просветительскими благими пожеланиями агентов и адептов данных форм распространения информации, сколько потребностями развития общества, цивилизации и культуры (экономическими, политическими, технологическими и т.д.). Элитарные практики превращались в массовые каждый раз через кризисы и моменты «исчерпанных источников развития».

Сегодня, все больше переходя от процессов бумажного документооборота к электронному и от бумажного чтения к чтению экранному, мы имеем дело с виртуальной коммуникацией, которая только набирает обороты своего развития и как всякая другая новая высокозатратная технология на первых порах своего развития сохраняет закрытость, сегментированность и элитарность.

Как пишет М. Кастельс, «компьютерная коммуникация начинает свой путь в качестве средства коммуникации для образованного и процветающего сегмента населения самых образованных и зажиточных стран, чаще всего в больших, наиболее высокоразвитых метрополисах» [20, с.99]. Являясь одним из условий и важнейшим фактором «открытого общества», «информационный суперхайвей» в виде Интернета - это, тем не менее, закрытый канал информации для технически оснащенных и технологически продвинутых, обладающих информационной и компьютерной грамотностью пользователей, большинство которых составляют молодые или среднего возраста образованные интеллектуалы.

В то же время новые коммуникации, складывающиеся на серьезной наукотехнологической основе, обладают определенной стоимостью.

Вследствие этого общество разделяется по новому основанию - доступу к «информационному суперхайвею» и способам взаимодействия с ним.

Д.Е.Прокудин рассматривает в связи с этим феномен «цифрового неравенства». Цифровое неравенство, по его мнению, существует на нескольких уровнях: межгосударственном, региональном, социальном и половозрастном, что создает проблемы как для реализации прав отдельного человека на вхождение в культурное пространство информационного общества, так и для формирования информационной культуры на уровне общества в целом [30, с.12].

Насколько интернет-технологии дорогостоящи и элитарны, настолько же демократичны и открыты. Мирное сосуществование различных интересов и культур в сети приняло форму «всемирной паутины» - World Wide Web (WWW), гибкой сети сетей в рамках Интернета, где институты, предприятия, ассоциации и индивиды создают себе собственные сайты, на основе которых каждый, кто имеет доступ, может создать свою «домашнюю страничку», сделанную из любого коллажа текстов и изображений.

Сетевой и интерактивный характер связей в Интернете приводит к тому, что в Интернете разрушаются традиционные бинарно-оппозиционные представления об устройстве общества: локальное не противостоит глобальному, а оказывается его необходимой составной частью; иерархия и сеть оказываются разными формами организации сообществ на принципах соподчинения или сотрудничества; официальное и маргинальное в сети оказываются только лишь рядоположенными точками зрения, не обладающими никакими преимуществами; приватное и публичное трансформируются в свое-иное; персональное становится анонимным, личное закодированным и т.д.

В то же время М. Кастельс отмечает, что «общим для компьютерных средств коммуникации является то, что они не заменяют другие средства коммуникации и не создают новые сети, а укрепляют уже существующие социальные структуры» [20, с.55].

По этому поводу М. Кастельс пишет, что «в целом в Европе, так же как в Америке или в Азии, мультимедиа, по-видимому, поддерживают даже на ранней стадии своего развития социальную/культурную структуру, характеризующуюся широкой социальной и культурной дифференциацией, ведущей к сегментации пользователей/зрителей, читателей/слушателей». Причем М. Кастельс замечает, что сегментированы по рынкам не только исходящие сообщения отправителей, но, следуя стратегиям построения «индивидуальных коттеджей в глобальной деревне», сообщения «все больше диверсифицируются пользователями, захватывающими сообразно своим интересам преимущества интерактивных возможностей». Пользователи все чаще создают виртуальные сообщества и группы, и формирование виртуальных сообществ есть, с одной стороны, проявление общей социокультурной дифференциации, а с другой стороны, наглядное выявление более дробной социальной стратификации среди пользователей.

Стремясь как можно более точно охарактеризовать внутреннюю сетевую стратификацию пользователей, М. Кастельс выдвигает гипотезу о существовании двух больших принципиально разнородных групп, все остальные более частные различия осуществляются внутри больших групп. Это «две очень разные популяции: малое меньшинство жителей электронной деревни, "первопоселенцев электронного пограничья" и бродячая толпа, для которой случайные вылазки в различные сети равносильны исследованию нескольких, хотя и эфемерных, существований» [20, с.102].

В этом плане необходимо подчеркнуть две критически важные, по мнению М. Кастельса, особенности нового стиля жизни, складывающиеся под давлением Интернет-технологий: ее «домоцентризм» и ее индивидуализм.

Домоцентризм нового образа жизни проявляется в том, что в ситуации креативной или потребляющей экономики постиндустриального общества большое количество трудовых операций, выполняемых наиболее Интернет-продвинутым средним классом, выполняется сегодня за персональным

компьютером в режиме присутствия в сети Интернет. Всевозможные консультации, экспертизы, переговоры, подписания договоров, медицинские назначения, дизайнерские разработки, педагогические мероприятия осуществляются в режиме on-line. М. Кастельс, как и другие ученые, видит в этом и положительные и отрицательные моменты. Положительный момент состоит в том, что люди приобрели самостоятельность в управлении своим временем и пространством, в том числе трудовым. Отрицательный момент кроется в том, что «отсутствие четкого разграничения между работой и досугом, семьей и бизнесом, личностью и функцией приводит к слиянию разных областей опыта, что несколько затуманивает институциональное разграничение этих областей, дает возможность экспансии бизнеса и функций в приватную сферу и смешивает коды поведения» [20, с.116]. Л. Ионин дополняет перечень негативных последствий информационных технологий, в том числе Интернета, сокращением реального, а не виртуального социального взаимодействия, сужением реальных социальных связей, увеличением числа депрессивных ситуаций и состояний, аутизацией детей и подростков, формированием неадекватной социальной перцепции.

Как пишет Л. Ионин, «информационное общество - это определенная часть, исторический этап эпохи модерна», оно «создается осознанно и целенаправленно как желаемое и позитивное развитие. К нашему времени информационное общество имеет проявляющиеся последствия строительства в культуре» [19, с.66].

Процессы трансформаций в культуре информационного общества подробно исследованы не только Л.Г. Иониным и М. Кастельсом, а также А. Костиной, Я. Масуда, Д. Прокудиным, Г. Рейнгольдом, А. Тоффлером, Ф. Уэбстером, Ю. Хабермасом, У. Эко и многими другими учеными.

М. Кастельс дает подробный анализ происходящим в современной культуре трансформациям, обусловленным развитием новых технологий существования и распространения культуры. Новую становящуюся под воздействием информационных технологий культуру он называет

«культурой информационной эпохи», ее отличительные содержательные черты он суммирует в понятии «культура реальной виртуальности», под которой имеет в виду «интеграцию электронных средств коммуникации, конец массовой аудитории и возникновение интерактивных сетей». Исходным моментом описания «культуры реальной виртуальности» становится характеристика новых культурных полей - «электронная культура», «сетевая культура», «компьютерная культура», «экранная культура» и другие, в своей совокупности составляющие поле информационной культуры [30, с.15].

Одним из проявлений «экранной культуры» является противостояние телевизионных экранных просмотров и экранного чтения. Как говорит У. Эко, современное общество расщепляется, подобно Средним векам, на два класса: тех, кто смотрит только телевидение, то есть получает готовые образы и готовое суждение о мире, без права критического отбора получаемой информации, и тех, кто смотрит на экран компьютера, то есть тех, кто способен отбирать и обрабатывать информацию. Тем самым, начинается новое разделение культур, повторяющее существовавшее еще во времена Средневековья, между теми, кто способен был читать рукописи и, значит, критически осмыслять религиозные, философские и научные вопросы, - ученую элитарную культуру, и теми, кто воспитывался исключительно посредством образов в соборе - разглядывания мозаик и фресок, отобранных и обработанных их творцами - носителями средневековой массовой культуры [40, с.58].

Существенным дополнением в понимании информационного общества является утверждение о том, что «виртуальная реальность — это не место механического отображения “реальной реальности”, а способ построения альтернативных миров» [19, с.77].

Одним из наиболее характерных признаков нового виртуального сообщества пользователей Интернета является то, что реализуя множество деловых и частных проектов, один отдельно взятый пользователь

обрастает в Сети множеством ников и логинов, в соответствии с множеством своих желаний и функций, и тем самым утрачивает свою личностную идентичность и приобретает мультиперсональную идентичность. Развивающаяся сегодня в Интернете модель мультиперсональной виртуальной идентичности является, по мнению М. Кастельса, отражением экзистенциального напряжения, возникшего между концептами «моей культуры» и «всеобщей культуры» и ставшего характерным для любого человека в глобализованном мире. Когда с одной стороны, осознано право индивида на отбор и складывание своей культуры как способа реализации культурной сущности человека, а с другой стороны, осознана ответственность человека перед всеобщей культурой и неизбежность существования в зазоре между ними, в силу невозможности избежать одновременных попыток присутствия и реализации обоих жизненных проектов. В условиях глобальной Интернет-сети индивид также попадает в ловушку мультиперсональной виртуальной идентичности и пытается реализовать одновременно свое присутствие и в конкретном локусе этого мира, и в информационном потоке Сети - присутствовать и бытийствовать одновременно локально и глобально.

Компьютерная коммуникация все больше приобретает критическую важность в формировании культуры. Элиты, которые дали ей форму, получают структурные преимущества в возникающем теперь обществе. Таким образом, хотя компьютеры поистине революционизировали процесс коммуникации, а через него - культуру в целом, эта революция распространяется концентрическими кругами, начинаясь на высоком уровне образования и богатства, но оставаясь, вероятно, неспособной охватить необразованные массы и бедные страны.

По словам Л.Г. Ионина, в информационной виртуальной среде меняется не только характер социальной коммуникации, но и собственно характер массовости и элитарности. Как утверждает исследователь, ни слову «массовый», ни слову «коммуникация» мы не можем теперь доверять.

Информационная сеть Интернет и осуществляемое в ней общение отличаются такими признаками, как:

1. «Погружение. Это значит, что пользователь погружается в генерированную компьютером изменяющуюся среду, он как бы «входит» в пространство за экраном.

2. Многомерность. Это означает, что генерированное компьютером пространство, в которое погружается пользователь, имеет двух- и трехмерные характеристики.

3. Мультисенсорика. Эта реальность одновременно воспринимается многими чувствами пользователя (зрение, слух, обоняние, осязание и т.д.).

4. Реальное время. Движения пользователя коррелируют с изменением среды без всякой временной отсрочки.

5. Адекватность. Пользователь созданной компьютером развивающейся среды воспринимает образы, адекватные его воздействиям.

6. Интеракция. Это означает, что пользователь может реально взаимодействовать с этой средой — изменять, передвигать предметы и т.п.

7. Проницаемость. В виртуальных пространствах пользователь может двигаться вперед и назад, смотреть вправо и влево. Если в этом пространстве предполагается несколько уровней, этажей, он может двигаться вверх и вниз.

8. Эффект реальности. Виртуальная среда программируется таким образом, что у пользователя возникает ощущение ее реальности.

9. Эффект многих пользователей. Пользователь может в созданной компьютером среде взаимодействовать с другими пользователями, добиваться взаимопонимания, решать совместные задачи и т.д.».

Информационное общество, по словам Д. Белла, это общество, которое отличается определенным способом производства информации и знания и создает новые способы и средства хранения и распространения информации, а также ее переработки и передачи.

Л.Г. Ионин, развивая идеи Д. Белла и М. Постера, выделяет три

«ступени производства информации: (а) устно опосредованный обмен "лицом к лицу", (б) письменный обмен, опосредованный печатью и (в) электронно опосредованный обмен» [19, с.85].

Культура, в которой осуществляются все три способа производства и передачи информации: устный, письменный и электронный - это культура современного информационного общества. В этой культуре наиболее существенным образом трансформируются «формы существования культуры, ценностные ориентации и проективные стратегии» [30, с.85].

Как писал один из идеологов информационного общества И. Масуда, одной из характерных ценностей этого общества становится ценность времени не только как этапа, вмещающего определенные социальные процессы, но и времени как промежутка, на котором осуществляется социальное общение, происходящее в определенных культурно-исторических формах. Одной из важнейших для нас форм существования культуры является письменность, печатная книга и чтение.

«Что же до книг, - говорит М. Кастельс, - они остались книгами» . В этом вопросе, как и во многих других, с ним солидарен У. Эко, считающий, что в информационных потоках Интернета книги нашли электронную форму своего существования: размещения, издания, купли-продажи, скачивания, чтения и т.д. В Интернете книги зажили автономной от автора жизнью - стали предметом комментирования, копирования, скачивания, тиражирования и т.д.

В ситуации глобального вытеснения печатной книги принимаются серьезные меры, в т. ч. на государственном уровне, для пропаганды чтения, в особенности среди детей и молодежи. Из того, что уже осуществляется в России, можно отметить[18, с 41].:

- всероссийские конкурсы чтецов, организуемые Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям. К примеру, в 2016 г. прошел Пятый Всероссийский конкурс юных чтецов «Живая классика» -

соревновательное мероприятие среди школьников по чтению вслух отрывков из прозаических произведений российских и зарубежных писателей;

- трансляция буктрейлеров - «анонсы» книг в виде коротких видеороликов, визуализирующих содержание книги через ее яркие и значимые эпизоды. Такие ролики создаются издателями для читателей или самими читателями для других читателей и побуждают зрителей прочесть книгу, представив независимую и эмоциональную «видеорецензию», которая часто эффективнее масштабных рекламных кампаний. Так, в 2016 г. при поддержке Роспечати прошел Пятый Всероссийский конкурс буктрейлеров. Обнаруживается интерес к такой форме работы с читателем и на региональном уровне.

- большое значение в популяризации российской книги имеет работа по продвижению творчества российских писателей на зарубежных книжных рынках, где незаменимым оказывается участие отечественных издателей в книжных выставках-ярмарках. В 2003-2013 гг. Россия становилась почетным гостем и центральным экспонентом книжных ярмарок во Франкфурте (2003), Варшаве (2004), Париже (2005, 2010), Минске (2006, 2013), Пекине (2007), Нью-Дели (2008), Софии (2008), Праге (2009), Мадриде (2009), Каире (2010), Гаване (2010), Турине (2011), Лондоне (2011), Нью-Йорке (2012). Важна и работа по популяризации отечественной книги среди читателей ресурсами российских книжных выставок. В частности, крупнейшей из них является Московская международная книжная выставка-ярмарка, собирающая книгоиздателей, книгораспространителей, читателей с 1977 г.

- учитывая тот факт, что самым распространенным по количеству выпускаемых в мире изданий является английский язык. Роспечатью была начата работа по выводу российских авторов и издателей на англо-американский книжный рынок. Участие России в международных книжных форумах явилось крайне важным и своевременным;

- важна работа по популяризации книги средствами рекламы, через каналы СМИ. Однако приходится констатировать, что число рекламных

кампаний в поддержку книги и чтения крайне мало. Невелико и количество специализированных средств массовой информации.

- действенным ресурсом стимулирования читательского интереса выступают маркетинговые технологии, применяемые книгораспространителями и книготорговцами (стимулирование ценой: скидки на вторую и последующую покупки, установление новой цены товара путем снижения, ранее установленной на определенный процент, ценовая скидка в определенные часы работы магазина, лотереи и розыгрыши, стимулирование подарком и т. п.).

В зарубежных странах к процессу «электронизации» книгоиздания, как представляется, относятся более спокойно - с засильем электронной платформы уже смирились. Так, во многих зарубежных библиотеках в последние годы стало возможным брать книги в электронном виде на короткий срок. Конечно же, эти электронные книги возвращаются в фонд, как и обычные бумажные. Правда, количество таких читателей пока очень мало.

1.2 Влияние формы издания на отношение человека к чтению

В век научно-технического прогресса люди всё больше отдаляются от привычного, заложенного с древности, канона, к более совершенным, компактным и удобным источникам добычи информации. Сейчас редко кого можно увидеть с книжкой в руках, и дело не в том, что люди перестают читать, хотя, отчасти, и это играет большую роль в развитии человека, но и в том, что электронные книги, по мнению многих мною опрошенных, более доступны, и поиск нужного произведения не занимает много времени. «Но, - скажут любители печатных книг, - ведь электронные книги не имеют те преимущества, которые должно дарить печатное издание. Нет никакого чувства единения с книгой, ощущения бумаги под пальцами, запаха страниц. Электронную книгу не поставишь на полку, не соберешь свою мини-библиотеку из любимых произведений» [11, с 61]..

Других читателей не останавливают явные недостатки электронных книг: отсутствие эстетической составляющей; потенциальная несовместимость с новым аппаратным или программным обеспечением; быстрая утомляемость глаз от некоторых устройств; ограниченное время работы переносного устройства от батареи; неудобство перевода в электронный формат бумажных изданий с большим количеством крупных иллюстраций (например, работы по истории искусства, фотоальбомы, сборники карт).

Норвежские ученые из Ставангерского университета провели интересное исследование. Они попросили 50 человек прочитать один и тот же текст. Это был детективный рассказ писательницы Элизабет Джордж. Десять человек читали 28 страниц произведения с электронного Kindle, другая половина получила бумажную книгу. Затем началось тестирование. Читавших спрашивали о различных деталях, описанных в тексте, включая героев, предметы, окружающую обстановку. Потом читавших попросили разместить 14 событий рассказа в хронологическом порядке. Те, кто читал с электронной книги, справились с этим намного хуже. Ученые предполагают, что это связано с тем, что различие в тактильных и зрительных ощущениях мешают углубиться в чтение так, как это возможно с книгой [9, с 26]..

Когда человек читает бумажную книгу, он ощущает, как с одной стороны стопка страниц становится толще, а с другой – тоньше. Помимо визуального, это дает и тактильное ощущение прогресса, движения. Так человеку проще отмечать и развитие сюжета и легче запомнить прочитанное.

У. Эко в диалоге с Ж.-Ф. де Тоннаком и Ж.-К. Карьером в книге «Не надейтесь избавиться от книг!» опирается на идею об онтологическом характере чтения и способности варьироваться, характерной для материальных носителей читаемых текстов. Более того, У. Эко утверждает двунаправленный характер производства и утраты текстов в мировой культуре: вспоминая костры инквизиции и военные бомбардировки, ножи цензоров и зачитывание до дыр фанатами, переименование средневековыми

переписчиками и утаивание фанатичными адептами, автор утверждает, что с переходом из бумажного в цифровой формат тексты пострадают не сильнее, чем при иных культурных катаклизмах - потопах, пожарах, переездах, библиотечных и издательских реформах, войнах, революциях и т.д. «История книжного производства неотделима от книжного холокоста», - вторит У. Эко Ж.-Ф. де Тоннак.

В технологической революции чтения Ж.-Ф. де Тоннак видит закономерный этап культурной истории: «То, что мы называем культурой, на самом деле является длительным процессом отбора и отсева». По мнению Ж.Ф. де Тоннака, процессу чтения не страшны и современные процессы трансформации книги из бумажного в электронный формат. «Если электронная книга, в конце концов, получит признание в ущерб печатной книге, вряд ли первой удастся изгнать вторую из наших домов и наших привычек. Так что e-book не убьет книгу».

Ж.-Ф. де Тоннак исповедует технологический оптимизм, понимая новую технологию как эффективный способ расширения возможностей чтения для человека - прежде всего, он видит его в открытом и оперативном доступе ко всем оцифрованным и размещенным в Сети Интернет текстам. «Как и Гуттенберг с его гениальным изобретением не сразу отменили рукописные книги, а те в свое время, торговлю папирусными свитками и volumina. Практика и привычки сосуществуют, и для нас нет ничего приятнее, чем расширять гамму возможностей. Так что добро пожаловать, графические планшеты и периферийные устройства чтения, обеспечивающие нам доступ с одного экрана к теперь уже оцифрованной всемирной библиотеке».

Более всего интересуется Ж.-Ф. де Тоннак вопрос о том, «как чтение с экрана изменит то, к чему мы пришли, листая книжные страницы? Что мы выиграем от этих новых маленьких книжек, а главное, что потеряем?» К числу наиболее очевидных потерь ученый относит следующие: «некоторые отжившие читательские привычки», смеем предположить, что именно те,

которые определялись бумажным форматом носителя - слюнявить пальцы, листая страницы, загибать уголки страниц, запоминая важное или остановку в чтении, делать на полях карандашные пометки, делать подчеркивания ручкой или карандашом, использовать страницы «бесполезной» книги на растопку, или использовать книги в качестве декоративного элемента интерьера, или функциональной подставки, тайника для денег или оружия и т.д.

В качестве другой важной потери с уходом бумажных книг Ж.-Ф. Де Тоннак называет утрату «некой сакральности, окружавшей книгу в нашей цивилизации, положившей ее на алтарь». Две крупнейшие цивилизации современного мира: иудео-христианская и арабо-мусульманская - берут свое начало от священных текстов Библии, и потому Библия, а затем и Евангелие и Коран являются теми книгами, которые обеспечивают единство и преемственность цивилизационного и социокультурного развития в современном мире. Священные тексты до последнего времени были лидерами бумажного книгоиздания во всех странах мира. Ситуация с электронными книгами принципиально иная - в силу ментальных особенностей жителей «современной электронной деревни» священные тексты занимают небольшую нишу от всего скачиваемого интернет-трафика. Электронное чтение по преимуществу является деловым, учебным, либо коммуникационным и только затем досуговым и лишь в незначительной части религиозно-духовным. Электронное чтение сегодня стремительно секуляризировалось.

Третьей утрачиваемой ценностью с переходом от бумажного к электронному чтению Ж.-Ф. Де Тоннак называет «особые интимные узы между автором и его читателем, которые неизбежно разрушит понятие гипертекстуальности».

Четвертой утратой Ж.-Ф. де Тоннак считает «идею «закрытости», которую символизировала книга. Закрытость здесь, скорее, следует понимать как общность контекста, включенность читателя в тот герменевтический

круг, который был исходным для писателя в момент создания текстов, следовательно, обладание некими общими культурными кодами, делающими возможным и сообщение-выражение и сообщение-интерпретацию. Между тем электронные книги даруют процессу чтения абсолютную анонимность в плане авторства, названия, объема, иллюстраций, читаемых текстов: в отличие от бумажного носителя, который репрезентирован, как правило, во всех подробностях окружающим, и для достижения анонимности чтения в публичном пространстве книгу принято было оборачивать безликой оберткой - пластиковой, газетной, бумажной, электронная книга позволяет узнать постороннему надзирающему глазу только фирму- производителя e-book.

Таким образом, культура информационной эпохи порождает особое социокультурное явление - электронную книгу и электронное чтение.

1.3 Электронная книга и электронное издание как новое социальное явление

Электронная книга - специализированный гаджет развлечений, который позволяет читать как письменный текст, так и разглядывать карты и фотоальбомы, слушать аудиокниги и любимую музыку. Электронное чтение с точки зрения теоретиков информационной культуры - это чтение экранное, интерактивное, мультимедийное, элитарное, сетевое, открывающее доступ к «Всемирной библиотеке».

Мы видим, что в результате технико-технологического переворота, обусловленного появлением компьютерных технологий и технологий мобильного интернета, а также мобильных цифровых гаджетов и соответствующего программного обеспечения, изменились носители информации, средства, обеспечивающие доступ к текстам для чтения - появились электронные книги (eBook), и изменились диктуемые этими средствами технологии работы с текстом и с информацией - появилось электронное чтение, что сделало наиболее востребованными новые виды

грамотности, такие, как информационная грамотность, компьютерная грамотность, мультимедийная грамотность, все то, что современное продвинутое цифровое сообщество называет информационно - медийной грамотностью. Именно овладение этим видом грамотности, наряду с обладанием традиционной грамотностью, делает сегодня субъекта культуры креативным и независимым, составляет основу его социокультурных преимуществ, позволяет ему из творения культуры стать ее творцом.

Эффект постграмотности - это социокультурное явление, при котором пользовательская компьютерная грамотность и вовлеченность пользователя в процесс виртуального общения преобладает над традиционной грамотностью, сетевое электронное общение над общением реальным, а электронное экранное чтение над чтением книжным (журнальным, газетным).

Массовый социокультурный эффект - это явление, фиксируемое на разных уровнях социологического взгляда на современное общество и его культуру, когда с большой частотой мы можем увидеть одинаковые последствия одних и тех же действий, порожденных сходными причинами.

Постграмотность - это массовый социокультурный эффект, ставший реальностью современного социокультурного бытия в результате действия целого комплекса технологических, психологических, экономических, политических и символических причин.

Первая группа причин - технологическая. Прежде всего - это появление и все более широкое внедрение во все сферы современной жизни компьютерной техники, наиболее квалифицированными и активными пользователями и программистами которой являются представители молодого образованного поколения, а также студенчества и учащихся. Отсюда первый смысл этого эффекта - постграмотность - это ситуация предпочтения всем другим формам виртуальной экранно-компьютерной формы взаимодействия с реальностью.

Другая причина - это соединение коммуникационных возможностей

современной мобильной телефонии с интеллектуальными возможностями компьютера и Интернета и рождение нового феномена - мобильного Интернета. Отсюда второй смысл постграмотности - это ситуация предпочтения всем формам межличностной и межкультурной коммуникации ее мобильной виртуальной формы посредством мобильного Интернета, постоянная подключенность индивида, к таким пользовательским серверам, как ISQ, Facebook, В контакте и т.д.

Третья причина - это стремительное расширение цифровой памяти и бурное развитие разнообразного сетевого электронного контента, включающего музыку, фильмы, книги, энциклопедии, журналы, фотографии, блоги, форумы и другое. Отсюда третий смысл постграмотности - это ситуация культурного и технологического предпочтения таких каналов аккумуляции и трансляции социокультурной информации, как электронное чтение и киновосприятие, комментирование, оценивание («мне нравится»), рекомендации к чтению или просмотру.

Вторая группа причин - культурно-антропологическая. В современном российском обществе люди грамотные традиционным образом и грамотные «мультимедийно» делятся, как уже отмечалось, поколенчески. Условно их можно разделить на традиционно грамотных «старых русских», получивших образование в советские времена, и на получивших образование в постсоветской России «молодых русских». Компьютерная грамотность является сегодня важным социальным лифтом, позволяющим преодолеть узость сформировавшихся статичных социальных рамок: возраст, образование, место жительства, - и обрести шанс социального маневра в современном динамично обновляющемся обществе.

Культурно-антропологическая потребность в утверждении себя успешным носителем новой постсоветской культуры и новых ценностей открытого информационного общества привела к освоению новых технологий, способов общения и утверждения ценностей.

Экономические причины возникновения эффекта постграмотности

состоят, во-первых, в новых востребованных свободным рынком труда профессиональных компетенциях, основанных на компьютерной грамотности, возникших с переходом к новой экономической модели в 1991 году; во-вторых, в создании стимулирующей рост компьютерной грамотности системы оплаты труда, предполагающей выплаты выше среднего для компьютеризированных рабочих мест, в создании разветвленной сети профессионального переобучения и перепрофилирования для работы на компьютеризированном рабочем месте. Все эти причины привели к быстрому освоению компьютерной грамотности разновозрастным активным трудоспособным населением в самых разных отраслях экономики и регионах страны.

Кроме того, рост компьютерной грамотности был связан с новыми электронными технологиями управления производством и коллективами, которые предоставляли серверы моментальных денежных платежей, электронного документооборота, электронной почты, госуслуг.

Постграмотность, при поверхностном взгляде на проблему, кажущаяся тотальной безграмотностью «компьютерного поколения», при внимательном культурологическом анализе оборачивается совсем иным содержательным феноменом. Постграмотность - это культурно-историческая форма грамотности, существующая после всех сформировавшихся в культуре предшествующих форм грамотности и вбирающая в себя каждую из них. Быть грамотным сегодня означает овладеть всеми формами письма и чтения, которые являются востребованными в современной культуре и цивилизации. Когда обучающийся способен считывать и передавать информацию изначально в картинках, затем в условных знаках и символах, и, наконец, посредством связного и сложноорганизованного текста, то он последовательно проходит все стадии развития грамотности в культуре от пиктографии до книжности. Одновременно он последовательно проходит все стадии подготовки для освоения компьютерной грамотности, условием существования которой является освоение и пиктографического, и

символического, и алфавитного письма.

Также постграмотность включает специфическое новое понимание грамотности, складывающееся из полиморфизма текстов в современной культуре, из доминанты потребления в отношении к современным текстам, и из конкуренции новых информационных технологий трансляции текстов, связанных с развитием компьютеров, мобильной связи и Интернета, традиционных аналоговых и письменных медиа.

В силу того, что такой признак современной культуры как постграмотность проявляется и на уровне характеристики текстов - универсальных носителей информации в культуре, и на уровне технико-технологических средств трансляции культурной информации, и на уровне отношения субъектов культуры к текстам, содержащим культурную информацию, то такую культуру мы можем назвать культурой постграмотности.

Возникающий в культуре постграмотности особый тип чтения, основанный на полиморфизме текстов, на мультимедийном суперхайвее как основном канале трансляции текстов и на смешении всех способов чтения: визуального, аудиального и сенсорного - мы называем постграмотным чтением, возникающим в современной культуре.

Современное экранное визуальное чтение-разглядывание-ощупывание-проматывание отличается характером текста: в современном экранном тексте присутствуют и пиктограммы программного интерфейса, организующие взаимодействие читателя с текстом, и текст-свиток, который читателю приходится проматывать - просматривать, и текст-кодекс - экранная страница с ее традиционным книжным инструментарием: полями, колонтитулами, сносками, нумерацией и т.д. Также электронный текст отличается присутствием в тексте активных ссылок, окружением текста, воспроизводимого online всплывающими окнами-баннерами, сопровождением текста ссылками на материал и персонажей исследования. Такая «электронная репрезентация текста, - утверждает Р. Шартье, - во-

первых, радикально меняет понятие контекста, а значит - сам процесс создания смысла. Физическое соседство разных текстов в одной книге или в одном периодическом издании уступает место подвижному их включению в логические конструкции, организующие базы данных и оцифрованные книжные коллекции. Во-вторых, она заставляет по-новому взглянуть на материальность произведений, уничтожая видимую связь между текстом и объектом, в котором он содержится, и передает читателю (а не автору или издателю) право компоновать и разбивать на части текстовые единицы, которые он желает прочесть, и даже выбирать их внешний вид. Это переворот в системе восприятия текстов и обращения с ними».

Одновременно с формированием экранных электронных текстов в экранной культуре, по мнению Р. Шартье, формируется такая практика чтения, которая объединяет технику чтения-прокручивания, аналогично древнему тексту-свитку и технику чтения-листания текста аналогично тексту-кодексу. «Современный читатель, читая с экрана, находится в позиции читателя античного, но с одним отличием: он читает свиток, развертывающийся, как правило, вертикально и снабженный всеми ориентирами, присущими книге-кодексу начиная с первых столетий христианской эры, — нумерацией страниц, указателями, содержанием и т.д. Это совмещение обеих логик, определявших навыки обращения с прежними носителями письменности (свитком, *volumen*, и кодексом, *codex*), обуславливает новое отношение к тексту».

С другой стороны, современное экранное чтение включает в себя элементы аудиального чтения-прослушивания. Каждая операция с текстом, выполняемая на гаджете, является озвученной и звуковой. Сигнал нашего домашнего или автомобильного, авиационного или мобильного гаджета постоянно оповещает: включился, выключился, переключился из одного режима в другой, вошел в зону турбулентности, принял сообщение, перелистнул страницу, кончился запас топлива, забыл пристегнуть ремни, не плотно закрыта дверь, начал снижение высоты, начал движение «задним

ходом», приступил к посадке и т.д. Художественное или досуговое чтение также по желанию читателя может сопровождаться соответствующим (художественным или сигнальным) звуковым или музыкальным сопровождением.

С третьей стороны, современное экранное чтение с необходимостью является сенсорным, независимо от того, касаемся ли мы текста или пиктограмм рукой или курсором, наведенным при помощи компьютерной «мыши».

Таким образом, современное экранное чтение является внутренне сложно организованным. Анализируя многообразие форм современного технически оснащенного чтения, мы выделяем вслед за многочисленными историками чтения не только чтение «с листа», «с экрана» и «на слух», но и следующие основные три формы современного экранного чтения: это экранное визуальное чтение-разглядывание, экранное сенсорное чтение-ощупывание и экранное аудиальное чтение-прослушивание. Это позволяет сделать вывод о том, что современное чтение не ограничено только лишь одним каналом получения и передачи информации (визуальным, аудиальным или сенсорным) и какой-то одной доминирующей культурной формой получения-передачи информации. Современное чтение является полиморфным, объединяющим при восприятии одного и того же экранного текста все три исторические формы чтения. Такое сочетание исторических и разноканальных сенсорных форм чтения мы называем сенсорным полиморфизмом современного чтения.

Глава 2. Анализ популярности электронной формы изданий у читателей

2.1 Социологическое исследование популярности электронной формы изданий у населения г. Пенза

Актуальность социологического исследования популярности электронной формы изданий у населения обусловлена необходимостью научного осмысления структурных и функциональных изменений средств массовой информации в России, которые во всех своих проявлениях формируют для большей части населения картину мира, создают стереотипы массового сознания, выстраивают мнения, настроения, представления и установки. В социологическом опросе приняли участие 300 жителей города Пензы, из них 59% - лица женского пола и 41% - лица мужского пола (рисунок 1).

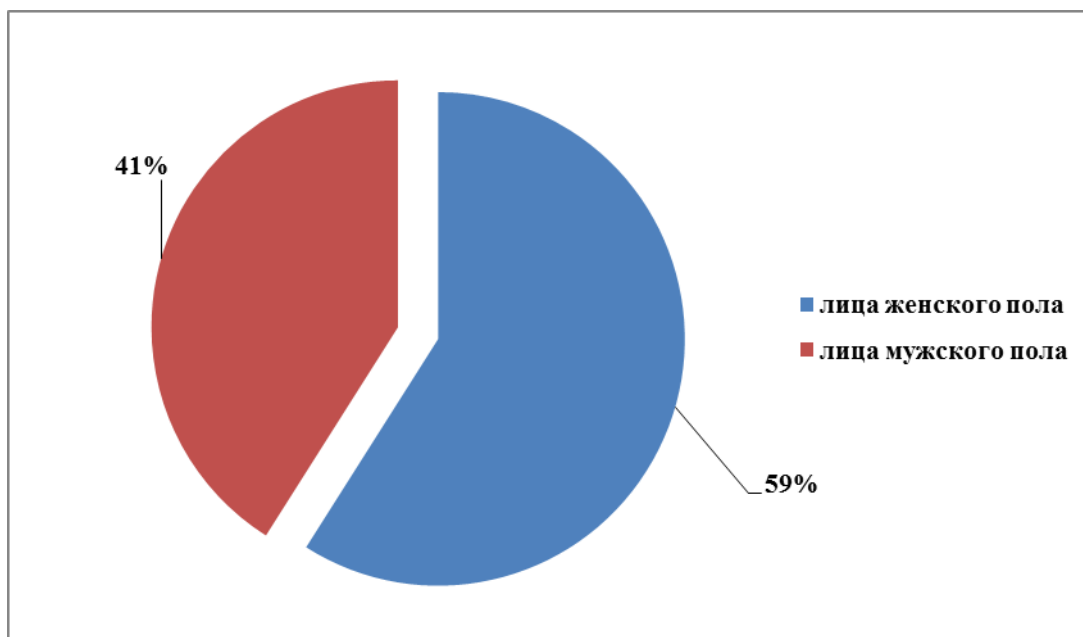


Рисунок 1 – Распределение респондентов по половому признаку

По возрастам респонденты распределились следующим образом. На первом месте опрошенные в возрасте 45-54 лет (38,3%), на втором месте те, кому 35-44 года (30,0%), Третье место разделили те, кому 14-24, 55-64 лет (по 10,7% в каждой группе). На четвертом месте оказались респонденты в возрасте 25-34 лет (8,0%). Пятое место у 65-летних и старше (5,3%).

Анализ уровня образования респондентов показывает, что 46% респондентов имеют высшее профессиональное образование, 35% - среднее профессиональное, 10% имеют среднее полное образование, два и более высших имеют 4% респондентов и ученую степень имеют 5% опрошенных граждан (рисунок 2).

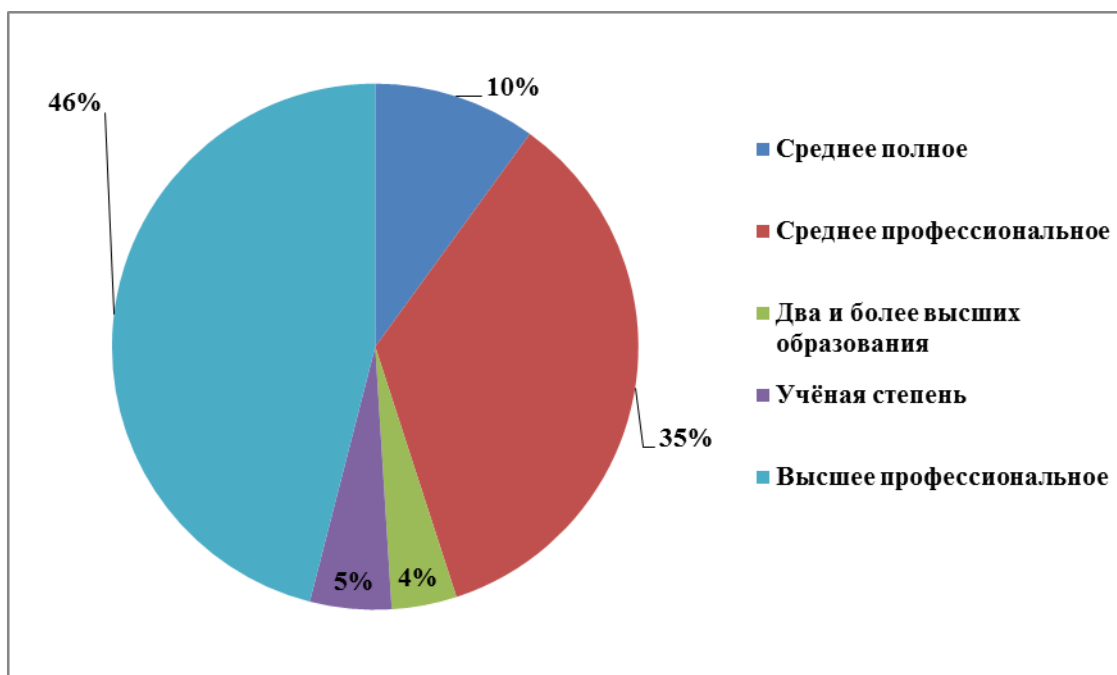


Рисунок 2 – Распределение респондентов по уровню образования

Таким образом, большинство респондентов – 59% - лица женского пола, 46% имеют высшее образование. На первом месте опрошенные в возрасте 45-54 года (38,3%), на втором месте те, кому 35-44 года (30,0%).

Проанализируем ответы респондентов на ключевые вопросы. Произведем корреляционный анализ проведенного мною социологического исследования. В таблице 1 представлено отношение респондентов к чтению (с градацией респондентов по семейному положению).

Таблица 1 - Отношение к чтению с градацией респондентов по семейному положению

Вариант ответа	Холост (не замужем)	Состою в браке (детей нет)	Состою в браке, есть дети	Разведён (разведена)	Живу в незарегистрированном браке

Чтение способно изменить мое восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие личности и характера	19	21	25	19	18
Чтение расширяет мой кругозор	16	25	35	20	20
Чтение является для меня основным источником получения информации	36	42	30	42	37
Чтение доставляет мне удовольствие от приятного времяпровождения	23	10	5	19	11
Чтение – это пустая трата времени и сил	5	1	5		3
Чтение – это скучное, нудное и не интересное занятие	1	1			11
ИТОГО	100%	100%	100%	100%	100%

Вариант ответа «чтение является для меня основным источником получения информации» является приоритетным для всех респондентов, практически независимо от семейного положения, тем не менее, 11% респондентов, живущих в незарегистрированном браке считают чтение скучным, нудным и не интересным занятием, а также 3% из них считают, что чтение – это пустая трата времени и сил. 35% респондентов, состоящих в браке и имеющих детей считают, что чтение расширяет кругозор, ровно, как и 28% респондентов состоящих в браке и не имеющих детей. В целом,

мнения респондентов сошлись в том, что чтение является основным источником получения информации, расширяет кругозор, а также способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире. Как видно из таблицы 1, во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: чтение является основным источником получения информации, чтение способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие личности и характера, параллельно с этим наименее популярный ответ «чтение – это пустая трата времени и сил» так же является мало привлекательным для всех исследуемых нами групп, за исключением мнения 5% холостых и лиц, состоящих в браке и имеющих детей (рисунок 3).

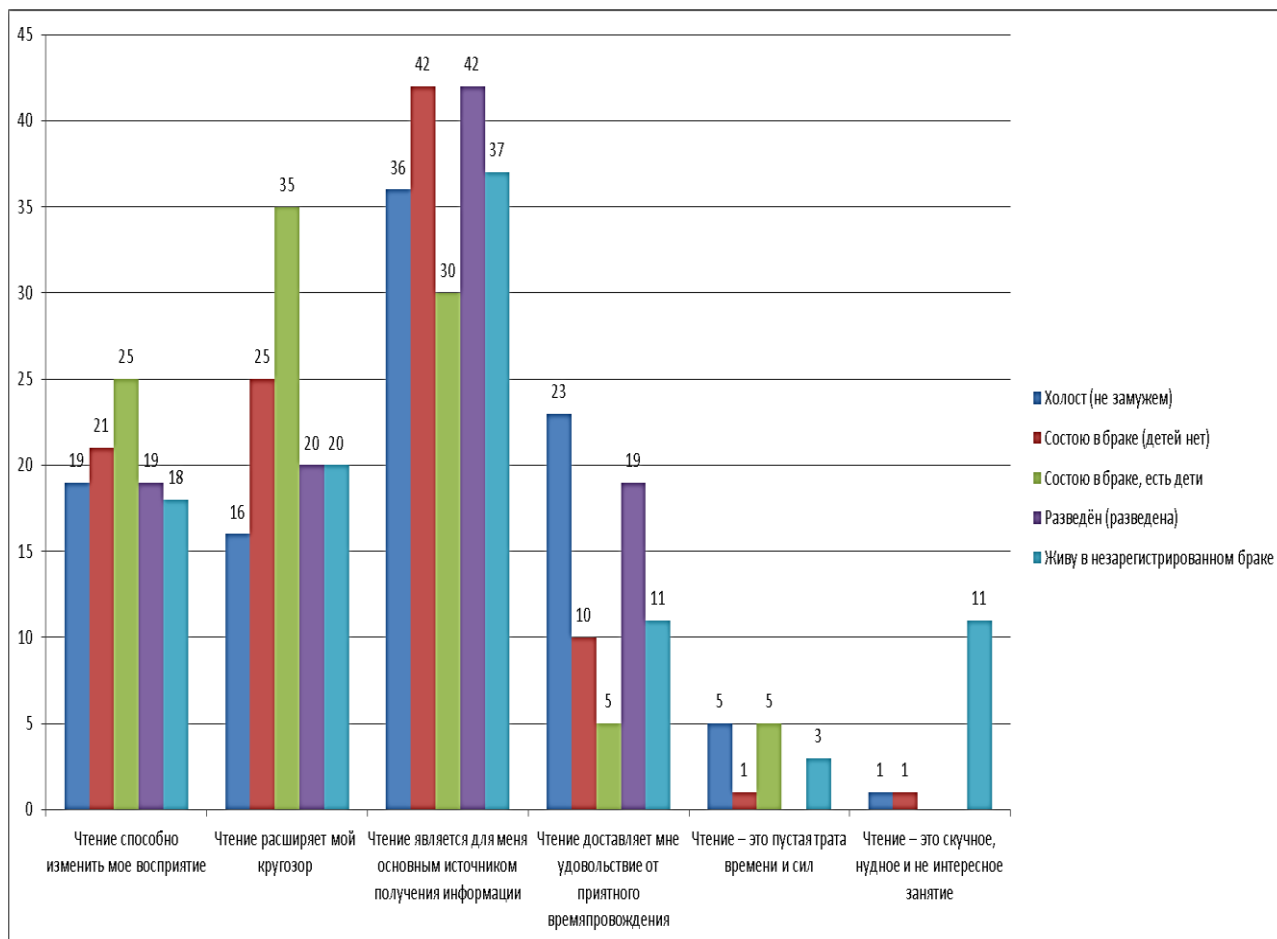


Рисунок 3 - Отношение к чтению с градацией респондентов по семейному положению

Следовательно, по мнению многих респондентов, чтение способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие

личности и характера, что косвенно подтверждает сформулированную нами гипотезу.

Таким образом, чтение для современного человека является основным источником получения знаний и информации, а также процессом погружения в себя, отвлечения от социально - бытовых проблем, отвлечения от реальности. Чтение - способ саморазвития, самопознания личности человека.

Исследователи отмечают, что чтение вплетено в жизненные сценарии, в формы человеческого самоосуществления в мире, в нем происходит «доставление себя» личностью. Оно возникает «из страха перед обнаженной открытостью ужасу бытия, как основополагающему «настроению» человеческого существования» и осознания собственной несамодостаточности. Чтение сулит защиту от страха путем преобразования длящегося времени жизни в метафизически сохраняющийся в памяти сгусток времени – целостность самоидентификации человека как «автора-читателя». Таким образом, чтение выступает как антропотворчество, доставление человеком себя за счет опыта других, получаемого в чтении. Чтение представляет собой особый вид высокодуховной экзистенциальной коммуникации, опосредованной текстом или особым информативным дискурсом.

В таблице 2 представлено отношение респондентов к различным категориям чтения.

Таблица 2 - Отношение респондентов к популярности различных категорий чтения с градацией по уровню образования

Вариант ответа	Среднее полное	Среднее профессиональное	Высшее профессиональное	Два и более высших образования	Учёная степень
Бумажные книги		10	35	35	50

Электронные книги		5	27	25	10
Новостные интернет-порталы	4	30	18	20	30
Социальные сети (посты, блоги, паблики, группы, сообщества и пр.)	36	20	10	15	5
Бумажные газеты и/или журналы	5	10	8	5	
Тематические сайты/форумы	5	5	2		5
Не читаю ничего из выше перечисленного	40	20			
ИТОГО	100%	100%	100%	100%	100%

Вариант ответа «бумажные книги» является приоритетным для всех респондентов, практически независимо от уровня образования, тем не менее, прослеживается явная зависимость уровня читательских потребностей от уровня образования. Так, люди, имеющие хотя бы одно высшее образование, читают книги чаще, чем люди, имеющие среднее полное или среднее профессиональное образование. В целом, анализ мнения респондентов говорит о популярности печатных книг, электронных книг, новостных интернет-порталов и социальных сетей. Как видно из таблицы 1, во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: в зависимости от уровня образования люди читают чаще, так 40%

респондентов со средним полным образованием и 20% со средним профессиональным образованием не читают ничего из перечисленного.

Таким образом, полученные результаты подтверждают ранее выдвинутую гипотезу: в современном мире потребность к чтению зависит от культуры человека, от уровня его образования.

С другой стороны, как показал опрос, лишь 18% лиц женского пола и 11% мужчин не интересуются электронными изданиями: новостными, научными, художественными и прочими, причем заинтересованность лиц мужского и женского пола примерно одинакова (рисунок 4).

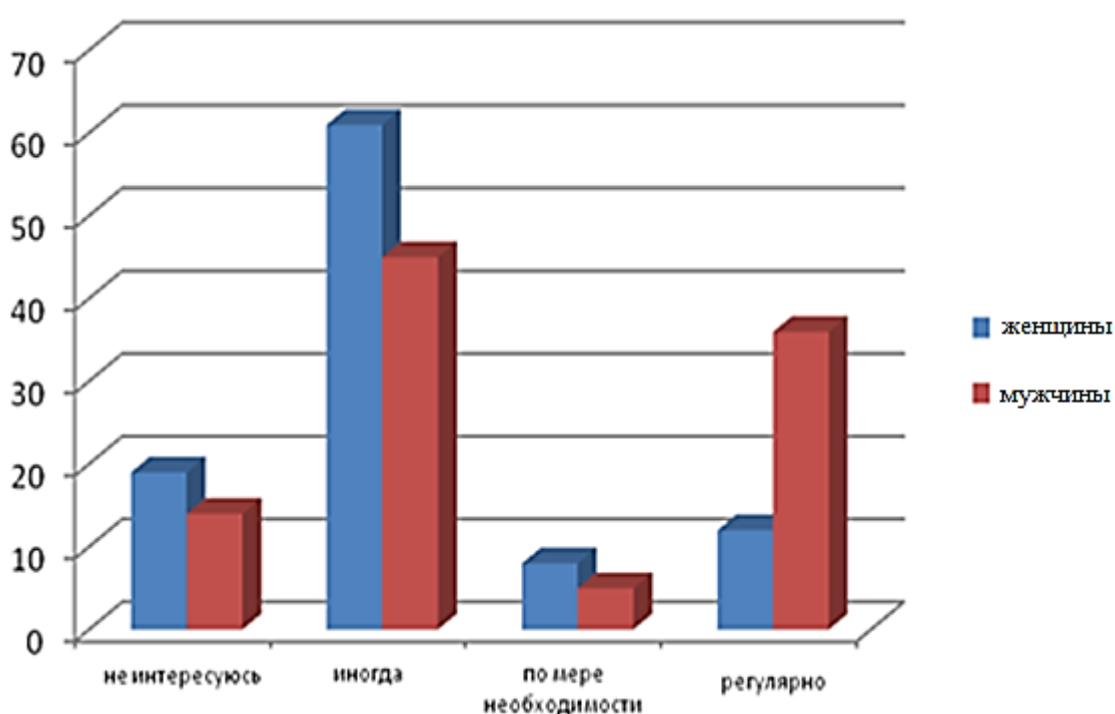


Рисунок 4 - Интерес респондентов к электронным изданиями: новостными, научными, художественными и прочим

Таким образом, как показывает анализ опроса респондентов, популярность электронных изданий находится на достаточно высоком уровне, тем не менее, лидируют по популярности все также печатные книги.

В таблице 3 представлено отношение респондентов к удобству чтения различных форматов

Таблица 3 – Варианты ответов на вопрос: «Какой формат книги Вам удобнее читать?»

Вариант ответа	Мнение лиц мужского пола	Мнение лиц женского пола
Печатные книги	10%	20%
Электронные книги	35%	45%
Аудиокниги	4%	10%
Печатные и электронные	25%	15%
Электронные и аудиокниги	26%	10%
ИТОГО	100%	100%

Таким образом, анализ вариантов ответа респондентов показывает, что удобнее читать как лицам мужского пола, так и женского электронные книги – 45 и 35% процентов соответственно. Лица мужского пола отмечают также удобство электронных и аудиокниг- 26%. Тем не менее, 20% лиц женского пола отметили удобство «печатных книг». В целом, анализ мнения респондентов говорит об удобстве электронных книг независимо от гендерного признака.

На вопрос: «Считаете ли Вы себя читающим человеком?» – получено следующее распределение ответов.

Таблица 4 - Ответы на вопрос: «Считаете ли Вы себя читающим человеком?»

Да	55,5 %
Скорее да, чем нет	20,7%
Скорее нет, чем да	3,5 %
Нет	19,8 %
Затрудняюсь ответить	0,5 %
Общий итог	100 %

Почти 76,5% респондентов относят себя к читающим людям, большинство из них (55,5%) уверенно отвечают «да» на данный вопрос, 20,7% – ответили «скорее да, чем нет». Отрицательно на вопрос ответили 19,8% респондентов. Таким образом, среди респондентов одна четверть не относят себя к читающим людям, что является негативной тенденцией.

В таблице 5 представлены варианты ответов по поводу склонности к чтению современного молодого поколения

Таблица 5 – Варианты ответов на вопрос: «Молодое поколение является читающими людьми?»

Вариант ответа	14-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 и старше
Да	30	40	40	25	40	20
Нет	60	50	60	70	50	70
Затрудняюсь ответить	10	10	-	5	10	10
ИТОГО	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Вариант ответа о том, что молодое поколение не является читающими людьми является приоритетным для всех респондентов, независимо от возраста, тем не менее, 30% и 40% респондентов, относящиеся к молодому поколению считают, что молодое поколение является читающим. С увеличением возраста заметна тенденция роста негативных взглядов. Так, 70% людей возрастной категории от 45 до 54 лет считают, что молодое поколение не является читающим, 70% респондентов возрастной категории от 65 лет и старше также не считают, молодое поколение читающим. В целом, мнения респондентов сошлись в том, что молодое поколение не является читающими людьми, что подтверждает ранее выдвинутую гипотезу

В таблице 6 представлено отношение респондентов к положительным сторонам использования электронных книг с градацией по социальному положению

Таблица 6 – «Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании электронных книг?»

Вариант ответа	Студент	В отпуске по уходу за детьми	Руководитель среднего звена	Специалист/служащий/инженерно-технический работник	Предприниматель	Пенсионер	Безработный
Когда нет денег на печатную книгу, можно бесплатно скачать в онлайн-библиотеке	20	10	5	5	-		35
Не заминает много места, возможность хранить библиотеку на одном носителе	10	5	17	15	50		
Возможность носить с собой устройство с книгами (телефон, ридер, планшет)	14	30	18	10	35	4	15
Низкая стоимость электронной книги, по сравнению с печатной	36	25	10	15	5	36	25
Возможность настраивать нужный шрифт, масштаб, яркость и т.п.	5	10	8	5	5	5	5

Нужные книги не найти в печати (не издавалась, закончился тираж, не переведена и т.д.)	5	15	12	10	5	5	5
Безопасно для чувствительных людей к домашней и бумажной пыли		5				40	5
ИТОГО	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Таким образом, респонденты отмечают следующие плюсы электронных книг: «когда нет денег на печатную книгу, можно бесплатно скачать в онлайн-библиотеке», «не заминает много места, возможность хранить библиотеку на одном носителе», «возможность носить с собой устройство с книгами (телефон, ридер, планшет)», «низкая стоимость электронной книги, по сравнению с печатной», и в меньшей степени - «возможность настраивать нужный шрифт, масштаб, яркость и т.п.». Как видно из таблицы 6, во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: в зависимости от уровня социального положения, люди выделяют различные преимущества использования электронных книг: так, для 35% предпринимателей важна возможность носить с собой устройство с книгами (телефон, ридер, планшет) и 50% предпринимателей отмечают, что электронная книга не заминает много места, есть возможность хранить библиотеку на одном носителе. С другой стороны, для 36% студентов важна «низкая стоимость электронной книги, по сравнению с печатной», 20% студентов отмечают, что «когда нет денег на печатную книгу, можно бесплатно скачать в онлайн-библиотеке».

Таким образом, во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: в зависимости от уровня социального положения, люди выделяют различные преимущества использования

электронных книг. Чем лучше социальное положение, тем чаще люди отмечают удобство электронных книг, тем хуже социальное положение - тем чаще выделяют низкую стоимость электронных книг.

На диаграмме и в таблице 7 представлены результаты ответов на вопрос: «Как часто Вы приобретаете печатные книги?» (%)

Таблица 7 Как часто Вы приобретаете печатные книги? (%)

Как часто Вы приобретаете печатные книги? (%)		
	Мужчины	Женщины
Раз в неделю;	19	17
Раз в две недели;	15	21
Раз в месяц;	16	15
Раз в полгода;	19	23
Раз в год;	22	21
Никогда.	9	3

Чаще всего книги покупают мужчины (19%-раз в неделю и 15% раз в две недели). Женщины чаще воздерживается от частых покупок, предпочитая приобрести книгу раз в полгода (23%). В тоже время, существуют и те, кто вообще обходится без печатной продукции (9% опрошенных мужчин и 3% женщин) (рисунок 5)

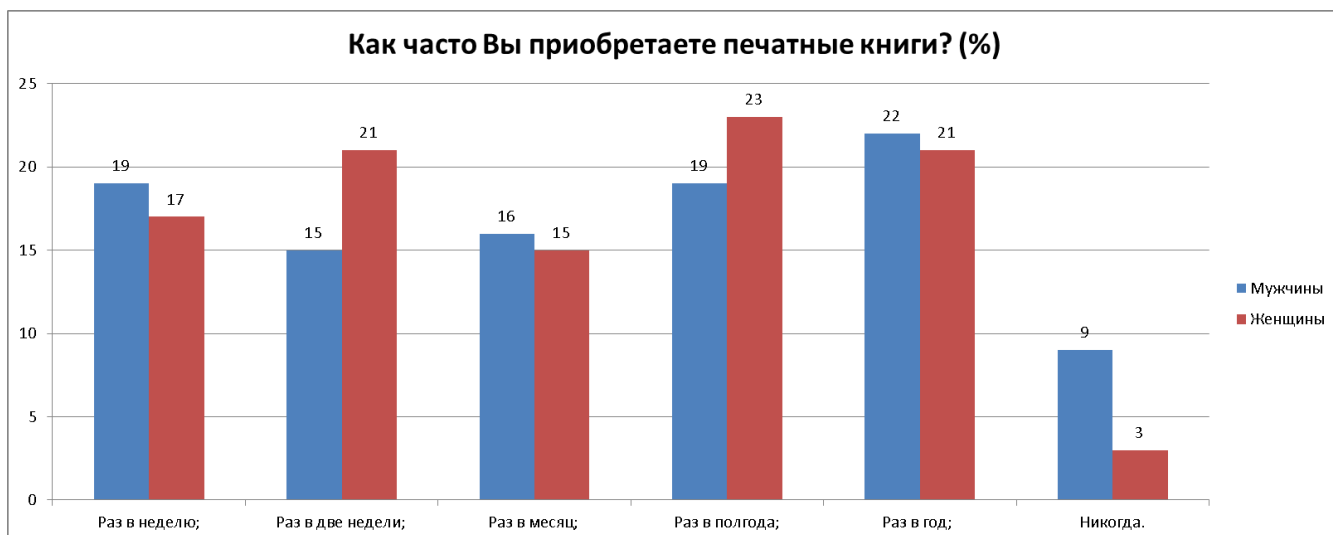


Рисунок 5 Как часто Вы приобретаете печатные книги? (%)

На диаграмме 6 и в таблице 8 представлены результаты ответов на вопрос: «Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании печатных книг?»

Таблица 8 Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании печатных книг?

Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании печатных книг? (%)		
	Мужчины	Женщины
Возможность собрать домашнюю библиотеку;	15	21
Некоторых книг нет в электронном виде, но есть в печати;	6	6
При хорошем освещении книги не портят зрение;	11	12
Они не нуждаются в подзарядке, и их удобнее брать с собой в длительные путешествия;	34	28
Возможность держать книгу в руках, перелистывать страницы, ощущать запах книг;	24	15
Возможность сделать пометки на полях, подчеркнуть важные места карандашом;	9	12
Возможность выбрать понравившиеся издания книги, если такой выбор имеется;	1	6
Нет значительных плюсов;	0	0

Таким образом, по результатам опроса было выявлено, что наибольшим преимуществом печатных книг является их независимость от зарядного устройства, что очень удобно в длительных поездках и путешествиях (так ответили 34% мужчин и 28% женщин), а также возможность получения эстетического удовольствия от перелистывания и т.д.(24% и 15%соответственно). Стоит отметить, что ни один респондент не выбрал вариант нет значительных плюсов (0%).



Рисунок 6 Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании печатных книг?

На диаграмме 7 и в таблице 9 представлены результаты ответов на вопрос: «Как часто Вы обращаетесь к новостным сайтам?»

Таблица 9 Как часто Вы обращаетесь к новостным сайтам?

Как часто Вы обращаетесь к новостным сайтам?						
	14-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 и старше
Каждый день	18	34	56	45	11	5
Раз в неделю	25	25	21	27	21	12
Раз в две недели	25	21	12	16	23	11
Раз в месяц	10	5	6	4	13	43
Менее раза в месяц	10	11	4	6	22	21

Никогда	12	4	1	2	10	8
---------	----	---	---	---	----	---

Таким образом, чаще других интересуются новостями на информационных сайтах респонденты в возрасте 35-44 и 45-54 (56% и 45 % соответственно), затем идут опрошенные в возрасте 25-34 (34% каждый день и 25% раз в неделю). Реже всего (в том числе 10% и 8% никогда) обращаются к новостным сайтам люди в возрасте 55-64, а также 65 и старше.

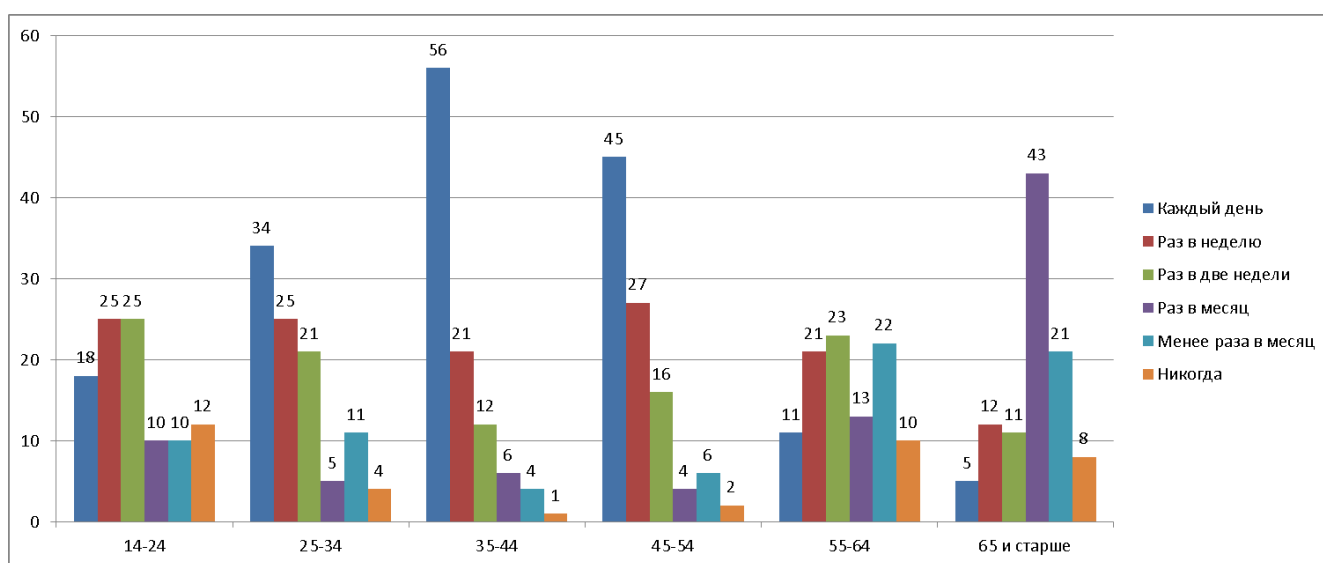


Рисунок 7 – Как часто Вы обращаетесь к новостным сайтам?

Следовательно, в проведенном, в ходе выполнения бакалаврской работы, социологическом опросе приняли участие 300 жителей города Пензы, из них 59% - лица женского пола и 41% - лица мужского пола. Во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: чтение является основным источником получения информации, чтение способно изменить мое восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие личности и характера, параллельно с этим наименее популярный ответ «чтение – это пустая трата времени и сил» так же является мало привлекательным для всех исследуемых нами групп, за исключением мнения 5% холостых и лиц, состоящих в браке и имеющих детей.

Следовательно, по мнению многих респондентов, чтение способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие личности и характера, что косвенно подтверждает сформулированную нами гипотезу. Таким образом, чтение для современного человека является основным источником получения знаний и информации, а также процессом погружения в себя, отвлечения от социально - бытовых проблем, отвлечения от реальности. Чтение - способ саморазвития, самопознания личности человека.

Вариант ответа о популярности «бумажных книг» является приоритетным для всех респондентов, практически независимо от уровня образования, тем не менее, прослеживается явная зависимость уровня читательских потребностей от уровня образования. Так, люди, имеющие хотя бы одно высшее образование, читают книги чаще, чем люди, имеющие среднее полное или среднее профессиональное образование. Так 40% респондентов со средним полным образованием и 20% со средним профессиональным образованием не читают ничего из перечисленного. В целом, анализ мнения респондентов говорит о популярности печатных книг, электронных книг, новостных интернет-порталов и социальных сетей.

Таким образом, полученные результаты подтверждают ранее выдвинутую гипотезу: в современном мире потребность к чтению зависит от культуры человека, от уровня его образования. Тем не менее, как показывает анализ опроса респондентов, популярность электронных изданий находится на достаточно высоком уровне, тем не менее, лидируют по популярности все также печатные книги. Анализ вариантов ответа респондентов показывает, что удобнее читать как лицам мужского пола, так и женского электронные книги – 45 и 35% процентов соответственно. В целом, анализ мнения респондентов говорит об удобстве электронных книг независимо от гендерного признака. Во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: в зависимости от уровня социального положения, люди выделяют различные преимущества использования

электронных книг. Чем лучше социальное положение, тем чаще люди отмечают удобство электронных книг, тем хуже социальное положение - тем чаще выделяют низкую стоимость электронных книг.

2.2 Экспертные оценки уровня популярности электронной формы изданий у читателей

Другим основным методом исследования выступает экспертный опрос с помощью глубинного полустандартизированного личного интервью. Экспертный опрос проходил в один этап. С экспертами было проведено полустандартизированное интервью по плану, включающему 11 вопросов, в ходе которого их зачастую просили дать дополнительные пояснения.

Структура выборочной совокупности: достаточно серьезной процедурой в рамках экспертного опроса является отбор самих экспертов – носителей интересующей исследовательской информации.

Для более объективного и многостороннего взгляда уровня популярности электронной формы изданий у читателей и современные читательские предпочтения в целом на территории Пензенской области было решено использовать в качестве экспертов сотрудников и представителей издательств, представителей книжных магазинов и сайтов электронных изданий, а также представителей местных новостных сайтов, которые в настоящее время заменяют читателям печатные газеты.

Объем выборочной совокупности: для получения репрезентативной, валидной и точной информации было проведено 10 интервью.

Перед экспертами, принимавшими участие в анкетировании, был поставлен ряд задач:

- оценить читательские предпочтения в Пензенской области, тенденции и проблемы развития рынка книгоиздания;
- определить факторы, влияющие на читательские предпочтения в регионе;

- обозначить проблемы, к которым может привести растущая популярность электронных изданий;

- попытаться определить перспективы развития современного книгоиздания.

Приведем результаты экспертного опроса:

Во-первых, важно определить, чем вообще является чтение для современного человека.

Эксперты сошлись во мнении, что за последние годы интерес к чтению снизился, что является крайне негативной тенденцией. Современное поколение заменяет чтение общением в сети, а само чтение является «пустой тратой времени» для многих представителей современной молодежи.

В целом же, представитель издательства «АСТ» считает, что для большинства чтение – это основной источник получения информации, а также способ саморазвития, самопознания личности человека». Тем не менее, эксперт также отмечает отсутствие необходимости в чтении у многих представителей современной молодёжи.

Администратор книжного магазина «Читай город» считает, что чтение представляет собой интенциональный ментальный акт. В нем наглядно проявляется несамодостаточность сознания, его незамкнутость на себе, отнесенность к тексту, к его смыслу. При этом формирующаяся субъект-объектная структура представляет собой единое пространство, где субъект (читатель) не является внешним, а обязательно включен в это пространство, так как имплицитные смыслы текста вызываются к жизни и реально обнаруживают себя как результат проявленной активности читателя. В чтении одновременно присутствуют две направленности – 1) приобщение, осмысление внешнего по отношению к личности мира и 2) проникновение вглубь себя.

В одном из своих интервью заместитель главного редактора издательства «ЭКСМО» Олег Полянский говорит: «Чтение для современного человека – процесс погружения в себя, отвлечения от социально - бытовых

проблем, отвлечения от реальности». Чтение – сфера достаточно автономного от социума существования индивида, в нем он перестает чувствовать себя частичным индивидом, функцией некоего большого процесса, деталью огромного механизма, возвращаясь к самому себе, к своему подлинному существованию. В чтении как особом виде духовной коммуникации человек присутствует в своем «экзистенциальном измерении», «вырываясь от людей в свое одиночество». Здесь он перестает играть социальную роль, сбрасывает социальные маски, уходит от жизни добропорядочного обывателя, от повседневных разговоров, от рутины, приспособленчества, от соблазна быть частью какого-либо целого к себе самому, к авто-коммуникации. Человек остается наедине с текстом. Чтение как индивидуальный, интимный процесс бросает вызов социуму.

Генеральный директор типографии «Соло» отмечает, что чтение – способом бытия человека. «Чтение – это переживаемый, а не рефлекслируемый процесс. С позиций экзистенциализма чтение является не просто одним из инструментов познания, технологией интеллектуального развития, а способом бытия человека». Также эксперт отмечает, что чтение является основным источником получения знаний и информации, источником саморазвития личности.

Журналист новостного портала Пензы – «Пензенские новости» Смирнов А.С. считает, что чтение – это «опосредованная текстом духовная коммуникация, формирующая самостоятельно мыслящую, духовно свободную личность». «Чтение как индивидуальный, интимный процесс бросает вызов социуму, противоречит его коллективности, поэтому государство, общество всегда стремилось держать чтение под контролем, вынужденно считаясь с его необходимостью, создавая некоторые условия для чтения, но при этом подспудно разрушая одиночество, хотя бы на внешнем уровне, например, создавая читальные залы библиотек».

Таким образом, чтение для современного человека является основным источником получения знаний и информации, а также процессом

погружения в себя, отвлечения от социально - бытовых проблем, отвлечения от реальности. Чтение - способ саморазвития, самопознания личности человека.

Во-вторых, экспертный опрос позволил выявить зависимость между чтением и развитием личности.

Например, представитель издательства «АСТ» считает, что «зависимость между чтением и развитием личности опосредуется множеством внешних и внутренних ситуативных факторов, субъективными имплицитными процессами, слабо осознаваемыми индивидами. Так, чтение вплетено в жизненные сценарии, в формы человеческого самоосуществления в мире, в нем происходит «доставление себя» личностью. В связи с этим, традиционная линия анализа «потребности – установки – действия – результат», хотя и используется большинством исследователей, тем не менее, имеет недостаточный эвристический потенциал для выявления эффектов чтения. В частности, не позволяет объяснить, почему при количественном росте и качественном разнообразии информационных потребностей современного человека резко снижается интерес к чтению и доля уделяемого ему времени».

Так, журналист новостного портала Пензы – «Пензенские новости» Смирнов А.С. считает, что чтение формирует самостоятельно мыслящую, духовно свободную личность.

Администратор книжного магазина «Лабиринт» считает, что многие философские и художественные произведения классической литературы способны сформировать и развивать личность человека, «на опыте героев можно учиться жить, понимать смысл бытия. Хорошая книга может научить верно, и порядочно поступать, меньше ошибаться, может даже корректировать и формировать характер человека и развивать и формировать личность в целом».

Таким образом, чтение может оказывать влияние на развитие личности, характера человека, корректировать поступки и жизненные

решения. Чтение не пассивный процесс, любое продуктивное чтение всегда отличается сопереживанием, соизобретательством, сотворчеством, соучастием читателя в том, о чем повествуется в тексте.

В- третьих, важный момент анализа экспертного опроса – анализ причин растущей популярности именно электронных книг и изданий.

Один из экспертов - представитель издательства «АСТ» считает, что растущей популярности электронных книг способствуют следующие причины:

- Это развитие информационных технологий, появление новых гаджетов - компактных электронных устройств, как специально предназначенных для чтения электронных книг (e-book), так и прекрасно способных исполнять роль ридера (КПК и даже мобильные телефоны). E-book переживают второе рождение, вслед за первой генерацией (Rocket, REB, GEB и т.д.) появились новые образцы и готовятся к производству новые e-book, основанные на технологии e-Ink. Это Sony Librie, Jinke, LBook и т.д.

- «Вторая причина обусловлена тем, что в современности разработан и развивается самый удобный, с моей точки зрения, формат - FictionBook. Родоначальной сетевой библиотекой, представляющей книги в этом формате, стала FictionBook.Lib. Оценив удобство формата для организации хранения и чтения, на него перешли уже несколько сетевых библиотек».

Третья причина кроется в удобстве электронных книг. «Для тех, кто постоянно и много читает электронная библиотека - самый удобный вариант. Не надо набивать чемодан книг в отпуск, карточка памяти может содержать сотни книг и вместе с устройством для чтения почти не занимает места. Не надо покупать книжные шкафы для все новых и новых книг и загромождать квартиру. Один DVD-диск может хранить десяток тысяч книг. Электронные книги можно читать в метро и поезде, в очередях в поликлинике и конторах, в сквере и на пляже. Они всегда с тобой. Их можно читать на ярком солнце и в полной темноте».

Журналист новостного портала Пензы – «Пензенские новости» Смирнов А.С. считает, что причиной растущей популярности электронных книг и изданий является растущая популярность интернет - технологий в целом и всеобщей компьютеризация. «Электронные книги удобны, всегда доступны и, поэтому очень популярны».

Еще один эксперт - администратор сайта <http://www.litres.ru>(продажа цифровых книг) Алимов А.Ф. считает, что растущая популярность электронных книг связана с их удобством для простых пользователей, читателей и развитием современных информационных технологий и аппаратных средств.

Другой эксперт - редактор новостного портала Пензы - сайта <http://smi58.ru/> – отмечает, что «с появлением электронных носителей информации и Интернета люди гораздо реже начали заглядывать в книжные страницы. На сегодняшний день в России бумажная книга больше всего находит себя в детских и альбомных изданиях, в сегменте «Книга - подарок». Рынок продаж бумажных книг сокращается в катастрофическом темпе. Считаем, что основная причина - всеобщая глобализация, информатизация и очень быстрые темпы развития информационных технологий».

Таким образом, существует несколько причин растущей популярности электронных книг. Это стремительное развитие информационных технологий, появление новых и удобных форматов и платформ.

По мнению большинства экспертов, в настоящее время популярность книг в печатном виде все же больше, тем не менее, с годами популярность книг в электронном виде растет.

Другой важный вопрос - оценка недостатков книг в печатном виде и в электронном.

Так, администратор книжного магазина «Читай город» отмечает следующие недостатки книг в электронном виде:

«отсутствие эстетической составляющей;

потенциальная несовместимость с новым аппаратным или программным обеспечением;

быстрая утомляемость глаз от некоторых устройств;

ограниченное время работы переносного устройства от батареи;

неудобство перевода в электронный формат бумажных изданий с большим количеством крупных иллюстраций (например, работы по истории искусства, фотоальбомы, сборники карт)».

К недостаткам книг в печатном виде эксперт относит следующее:

« - быстрый износ, недолговечность бумаги;

- относительная дороговизна книг в печатном виде;

- требование большого количества пространства - места для хранения книг;

- не всегда высокое качество печати».

Другой эксперт - представитель издательства «АСТ» считает, что чтение электронных книг пагубно сказывается на здоровье глаз, отмечает лишь поверхностную усваиваемость материала после прочтения электронной книги, а также неумение многими читателями среднего и преклонного возраста пользоваться современными гаджетами.

Важнейшие аспекты социологического опроса экспертов – анализ перспектив развития современного книгоиздания в целом и оценка перспектив печатных и электронных изданий по отдельности.

Прогнозы экспертов в области книжного дела в течение последних лет остаются неутешительными: традиционная книга уступает свои позиции. И связано это не только с тем, что сокращается число читателей, но и в большей степени с тем, что форма подачи текста меняется, попросту – наступает время электронных изданий.

Так специалист Российской книжной палаты Сухоруков К.М. отмечает: «Статистика книгоиздания 2013го года не порадовала ни специалистов, ни приверженцев традиционной книжной культуры, для которых только печатная (и никакая другая) книга – «источник знаний» и «лучший подарок».

Хотя мы уже не раз говорили, что при оценке ситуации в книжном деле следует учитывать и демографическую обстановку, и общую экономическую ситуацию, и условия глобализирующегося книжного рынка (который теперь сегментирован скорее по типам изданий, чем даже по языкам), и социальный статус не только самой книги и чтения, но и науки, культуры, образования и просвещения в целом, причем в конкретной стране и с учетом действующих законодательных актов; следует принимать во внимание и тот факт, что «бумага» вынуждена конкурировать не только и не столько с «цифрой», сколько с мощной общемировой индустрией развлечений и массовых досуговых коммуникаций»[34].

Другой эксперт - администратор книжного магазина «Лабиринт» считает, что реальна перспектива полного перехода на электронные книги и электронные библиотеки: «анализ статистических данных говорит о растущей популярности электронных книг. Современные люди все свободное время проводят с электронными устройствами, мобильными приложениями, без которых уже не представляют своё существование. Считаю, что со временем, книга в печатном виде полностью себя изживет. Тем не менее, в этом нет ничего страшного, самое главное, повышать спрос на чтение, развивать человеческое мышление с помощью литературы, не важно, в каком виде – печатном или электронном будет книга, главное – чтобы она пользовалась спросом».

Перед современным книгоизданием стоят глобальные по масштабу задачи: это и необходимость сохранить устойчивый читательский спрос на книги, и противодействие тенденции снижения объемов книгоиздания, и предугадывание запросов читателя, стимулирование аудитории, мотивация ее к покупке книги.

Одновременно важно четко понимать, что современный читатель качественно отличается от читателя т. н. советского периода. Он мобильный, целеустремленный, ищущий, привыкший получать нужную информацию чуть ли не сиюминутно. Нельзя ему отказывать в уровне грамотности и

образования, активной жизненной позиции, которую и сегодня во многом формируют книги. Он восприимчив ко всем новинкам, более того – он ждет этих новинок, подогревающих его интерес ко всему и вся. Так и с книгой: появление и-ридеров мотивирует современного читателя на пользование ими, часто ради любопытства.

Поэтому для издателя важно предугадать желания аудитории, опередить читателя в его же потребностях. Ведь для читателя, по существу, не важно, в какой форме существует книга: от чтения он не отказывается, он просто меняет каналы восприятия информации.

2.3. Анализ потребительского поведения методом наблюдения

С целью оценки и анализа потребительского поведения на книжном рынке г. Пензы методом наблюдения, были посещены популярные книжные супермаркеты г. Пензы: «Лабиринт», «Буква», «Читай город», а также ряд городских библиотек.

В процессе посещения книжных супермаркетов был проанализирован ассортимент продукции, произведены беседы с сотрудниками и покупателями магазина, осуществлено наблюдение за поведением потребителей в процессе покупки книжной продукции.

По результатам посещения книжных магазинов, мы пришли к ряду выводов относительно следующих аспектов:

- какие существуют типы покупателей книжной продукции;
- как принимается решение о покупке книжной продукции;
- какие жанры пользуются у потребителей наибольшей популярностью;
- какова максимальная цена покупки;
- какую роль играет переплет и оформление обложки книги на принятие решения о покупке (эстетическая составляющая);

– какие книжные издательства и авторы книг пользуются наибольшей популярностью у респондентов.

Побеседовав с продавцами книжных супермаркетов, а также осуществив наблюдение за особенностями поведения покупателей можно прийти к выводу, что существуют четыре основные группы потребителей книжной продукции:

1. Коллекционеры и читатели-профессионалы – покупают книги не реже раза в месяц, как правило, художественную литературу высокого качества и классику, предпочитают твердые переплеты книг. В среднем за одно посещение супермаркета такие покупатели тратят от 800 рублей и более. В основном это женщины от 45 лет и старше, встречаются среди них так же и мужчины, которые чаще всего приобретают фантастику и научно-популярную литературу. Такие покупатели почти всегда знают, какую именно книгу они хотят приобрести, во всяком случае, называют продавцу интересующих авторов. Коллекционеры и читатели-профессионалы, как правило, имеют обширную домашнюю библиотеку, хорошо разбираются в литературе. При покупке книг ориентируются исключительно на свой вкус, поиск необходимой книги для коллекции.

2. Любители – покупают книги примерно раз в два-три месяца, а посещая книжный магазин, не всегда знают, что именно хотят купить, иногда заходят в магазины просто из любопытства и если их что-то заинтересовало, уходят из магазина с покупкой. Предпочитают не дорогие варианты книг (небольшие книги в мягком переплете), часто детективы и триллеры популярных современных авторов. В среднем за одно посещение супермаркета такие покупатели готовы потратить до 800 рублей. Как правило, к данной категории относятся женщины от 20 до 50 лет. При покупке книг такие покупатели ориентируются на акционные предложения, советы продавца, книги популярных авторов,

рекламу. «Любители» приобретают книгу в основном «на одно прочтение», поэтому их домашние библиотеки чаще всего минимальны.

3. Случайные посетители – редко заходят в книжные магазины, как правило, их посещения магазинов приурочены к какому-либо особому случаю – приобретение подарка (чаще всего это детские книги), книг в поездку, литературу необходимую для учебы. В зависимости от причины посещения ориентируются на различные факторы, тратят на покупку книг различные суммы. Среди случайных посетителей встречается и молодежь, и семейные пары с детьми и даже пенсионеры.

По моим наблюдениям и утверждениям продавцов, более половины посетителей книжных магазинов – это любители, следующей по величине группой являются коллекционеры (около 1/3), а самая немногочисленная группа – случайные посетители. «Коллекционеры» обычно хорошо знакомы с продавцами, которые знают их всех в лицо и понимают их вкусы и потребности.

Анализируя покупки, осуществляемые посетителями, а также ассортимент книжных полок, приходим к выводам, что самым раскупаемым направлением литературы являются художественные произведения. Среди художественной литературы отмечаем следующие популярные жанры: современная массовая литература (детектив, фантастика, триллер, фэнтези); детская литература. Классическая литература, мемуары, поэзия и женская проза пользуются не такой популярностью среди современных читателей как выше перечисленные жанры. Далее следует научная и научно-популярная литература, энциклопедии, издания о досуге и здоровом образе жизни, эзотерика, философия, психология и медицина. Причем издания о досуге и здоровом образе жизни, как правило, предпочитают приобретать мужчины.

Наименьшей популярностью пользуется учебно-методическая литература. Многие читатели предпочитают художественные книги именно в мягкой обложке (за исключением «коллекционеров»), поскольку они находятся в более дешевой ценовой категории и их удобней брать с собой.

Однако такие книги как энциклопедии и детская литература приобретаются чаще всего в более дорогом варианте, возможно, это связано с тем, что их чаще приобретают в качестве подарка. Необходимо отметить, что женщины обращают на обложку больше внимания, чем мужчины, которые не задумываются о ней в процессе покупки.

Среди наиболее приобретаемых авторов отмечаем следующих: П. Коэльо, Д. Браун, Д. К. Роулинг, Дж. Мойес, С. Ахерн, Б. Акунин, С. Кинг, Д. Донцова, А. Маринина, П. Дашкова, Дж. Толкин, Т. Полякова, Ю. Шилова, Т. Устинова, Е. Вильмонт.

Как видим, среди популярных авторов лидирует именно современные авторы детективных романов. Продавцы книжных магазинов отмечают, что появление электронных книг существенно сократило объем покупок, поскольку многие из них существуют в свободном доступе бесплатно. Поэтому раскупаются в основном подарочные издания и те, которые только попали на прилавок и не успели оказаться в Интернете.

Наиболее распространенными и популярными издательствами являются следующие: «Лабиринт», «АСТ», «Эксмо» и «Просвещение».

Что касается популярности конкретных книг у читателей, как отмечают сотрудники и покупатели книжных магазинов, среди классической литературы - на первом месте из наиболее популярных книг находится роман М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», второе место делят «Книга воина света» П. Коэльо, «Чай-ка по имени Джонатан Ливингстон» Р. Баха, «Мумий Тролль» Т. Янсен и «Три мушкетера» А. Дюма. Среди современной литературы самым продаваемым изданием остаются книги Дж. К. Роулинг про Гарри Поттера (свыше 450 миллионов экземпляров по всему миру). Также весьма популярен один из последних бестселлеров – трилогия «Пятьдесят оттенков» британской писательницы Э.Л. Джеймс. В целом знаменитая трилогия (книги «Пятьдесят оттенков серого», «На пятьдесят оттенков темнее» и «Пятьдесят оттенков свободы»), предназначенная для

лиц старше 18 лет, была продана тиражом 70 миллионов экземпляров по всему миру.

Тем не менее, как отмечают сотрудники магазинов и библиотек, спрос на печатную продукцию падает с каждым годом. Книжные магазины, посещаемые в основном любителями литературы, которые делают спонтанные покупки, вынуждены внедрять различные маркетинговые акции для повышения уровня продаж. Предполагаю, что в процессе взросления молодого поколения, родившегося в век информационных технологий и общающегося с миром через электронные устройства, привычка читать книги в бумажном варианте, будет скорее редкостью и пережитком прошлого.

Многие опрошенные отмечают, что в будущем реальна перспектива полного перехода на электронные книги и электронные библиотеки. Следует принимать во внимание и тот факт, что «бумага» вынуждена конкурировать не только и не столько с «цифрой», сколько с мощной общемировой индустрией развлечений и массовых досуговых коммуникаций. Поэтому, возможно, что спрос на книги в бумажном виде будет снижаться и, возможно, в ближайшие 10-20 лет основными покупателями книжных магазинов станут коллекционеры и люди, желающие приобрести книгу в подарок.

Так же в процессе исследования потребительского поведения на книжном рынке города Пензы, было посещено 5 библиотек, которых на сегодняшний день насчитывается в городе 28 единиц. В процессе исследования наблюдение за поведением читателей проводилось в:

- «Городской библиотеке №3»;
- «Областной библиотеке им. М.Ю. Лермонтова»;
- «Центральной городской публичной библиотеке им В.Г. Белинского»;
- «Городской библиотеке №13» им. Н. А. Некрасова;
- «Городской библиотеке №7» им. А.И. Куприна.

В процессе исследования было выяснено, что среди основных посетителей библиотек преобладают люди пенсионного возраста, которые заказывают у библиотекарей периодику, научные и научно-популярные издания, классическую и художественную литературу. Часто люди пенсионного возраста просматривают так же отраслевую литературу для самообразования по тому или иному вопросу. Популярностью среди данной возрастной группы так же пользуются старые номера журналов: «Вокруг света», «Юность», «Роман газета». Основная причина посещения библиотеки данной возрастной категорией – досуг, общение и отсутствие денежных средств на покупку изданий и устройств доступа к электронным версиям. Так же в библиотеках можно встретить студентов, которые знакомятся с классическими произведениями, учебно-методической и справочной литературой в учебных целях.

Посещают библиотеки и школьники, которые обращаются в библиотеку за учебной литературой, справочными материалами, энциклопедиями. Одновременно они успевают удовлетворять и свои интересы: просматривать детские и молодежные журналы, книги о путешествиях, природе и животном мире.

Сами библиотекари отмечают, что количество посетителей за последние десять лет упало в разы. В целом, интенсивность посещений той или иной библиотеки напрямую связана с ее местоположением и ассортиментом библиотечного фонда. Среди популярных авторов классических художественных произведений отмечаем: А.С. Пушкина, Ф. Достоевского, А.П. Чехова, М. Булгакова, Э. Ремарка, А. Дюма, В. Скотта, М. Зощенко, Д. Остин и других классиков, которые входят в школьную программу.

Из современных писателей рубежа веков предпочтение отдается А. Марининой, Б. Акунину, С. Шелдон, С. Кингу К. Кизи, Г. Робинсону, Д. Брауну и др. Среди авторов фантастического жанра популярностью у

читателей библиотеки пользуются С. Лукьяненко, К. Булычев, В. Головачев, братья Стругацкие, А. Азимов, Дж. Толкин и др.

Фактически не встречается в библиотеках средняя возрастная категория, что очевидно можно объяснить отсутствием свободного времени в связи с работой и воспитанием детей.

Так же нужно отметить, что среди пользователей часть интересуется литературой как средством развлечения, а другая часть подменяет понятие чтения получением информации, по статусу почти равной информации справочной. В последнем случае книгу не прочитывают, а просматривают либо конспектируют. Таким образом, чтение книг в библиотеке часто сводится к усвоению информации, вынесенной в заголовки, считыванию знаков. Это связано с тем, что чаще всего заниматься в читальных залах приходится студентам и учащимся, так как требующаяся литература имеется в ограниченном количестве экземпляров и работа с ней в библиотеке является не столько вопросом восприятия библиотеки как наиболее благоприятной обстановки для занятий, сколько вопросом отсутствия выбора.

Сегодня остро стоит проблема чтения, как такового. В библиотеке сейчас преобладает «ленивый» читатель, такой, который хочет получить все и сразу, приложив минимум труда и умения мыслить самому. Разумеется, это касается молодого читателя, которому ближе деловое чтение, который приходит в библиотеку, чтобы получить помощь в учебе. Читатели старшего поколения, как и прежде, приходят в библиотеку, чтобы взять ту книгу, журнал или газету, которая им интересна, приходят поговорить с библиотекарями.

Думаем, что создание в библиотеках комфортной атмосферы, которая есть далеко не везде, популяризация библиотек как места для общения и обмена знаниями, позволит популяризовать культуру чтения среди горожан. На сегодняшний момент посещение библиотеки, как правило, связано с тем, что читатель не может получить доступ к литературе другими способами, а

отсутствие их должного финансирования приводит к тому, что читатели хотят, как можно скорее покинуть некомфортные для них условия.

Таким образом, проведя исследование потребительского поведения на книжном рынке города Пензы, нужно отметить, что культура чтения в нашем городе постепенно утрачивается. В библиотеках преобладает «деловое» чтение над «свободным». Изменяются предпочтения читателей в сторону литературы развлекательного и массового характера. Мотивация чтения и репертуар читательских предпочтений меняется под влиянием телевидения, усиливается интерес к детективам, триллерам, фэнтези, утрачивается интерес к классическим литературным жанрам: поэзия, проза, роман.

Новое поколение уже воспринимает книгу не как, «учебник жизни», а как одно из средств информации и массовой коммуникации.

Изменение потребительского поведения, преобладание массовой литературы в электронных форматах, утрата печатного слова как одной из важных ценностей, приводит к повышению влияния худших образцов массовой культуры.

Выходом из этой ситуации считают борьбу с литературным пиратством на государственном уровне, поскольку, получая книги бесплатно, читатель больше не воспринимает их как некую ценность, скорей как удобный носитель информации.

Подводя итог, необходимо сказать, что книга является не только товаром, но и объектом культуры, имеет важную социальную значимость в развитии общества, выполняя познавательную, воспитательную, эстетическую и духовную функции. Это требует государственной поддержки, но не стоит забывать, что технологический прогресс идет вперед. Электронные книги, со временем, так или иначе, будут более востребованы, чем печатные. Поэтому нужно поддерживать политику не только по отношению к печатным книгам, но и к электронным ресурсам.

2.4 Пути решения обозначенных проблем

Перед современным книгоизданием стоят глобальные по масштабу задачи: это и необходимость сохранить устойчивый читательский спрос на книги, и противодействие тенденции снижения объемов книгоиздания, и предугадывание запросов читателя, стимулирование аудитории, мотивация ее к покупке книги. Для издателя важно предугадать желания аудитории, опередить читателя в его же потребностях. Ведь для читателя, по существу, не важно, в какой форме существует книга: от чтения он не отказывается, он просто меняет каналы восприятия информации.

Нельзя не отрицать, что в ситуации глобального вытеснения печатной книги нужны серьезные меры, предпринимаемые, в т. ч. на государственном уровне, для пропаганды чтения, в особенности среди детей и молодежи. Из того, что уже осуществляется в России, можно отметить:

- всероссийские конкурсы чтецов, организуемые Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям. К примеру, в 2012 г. прошел Первый Всероссийский конкурс юных чтецов «Живая классика» – соревновательное мероприятие среди школьников по чтению вслух отрывков из прозаических произведений российских и зарубежных писателей;

- трансляция буктрейлеров – «анонсы» книг в виде коротких видеороликов, визуализирующих содержание книги через ее яркие и значимые эпизоды. Такие ролики создаются издателями для читателей или самими читателями для других читателей и побуждают зрителей прочесть книгу, представив независимую и эмоциональную «видеорецензию», которая часто эффективнее масштабных рекламных кампаний.

- большое значение в популяризации российской книги имеет работа по продвижению творчества российских писателей на зарубежных книжных рынках, где незаменимым оказывается участие отечественных издателей в книжных выставках-ярмарках. В 2003–2013 гг. Россия становилась почетным гостем и центральным экспонентом книжных ярмарок во Франкфурте (2003),

Варшаве (2004), Париже (2005, 2010), Минске (2006, 2013), Пекине (2007), Нью-Дели (2008), Софии (2008), Праге (2009), Мадриде (2009), Каире (2010), Гаване (2010), Турине (2011), Лондоне (2011), Нью-Йорке (2012). Важна и работа по популяризации отечественной книги среди читателей ресурсами российских книжных выставок[25].

– важна работа по популяризации книги средствами рекламы, через каналы СМИ. Однако приходится констатировать, что число рекламных кампаний в поддержку книги и чтения крайне мало. Невелико и количество специализированных средств массовой информации.

– действенным ресурсом стимулирования читательского интереса выступают маркетинговые технологии, применяемые книгораспространителями и книготорговцами (стимулирование ценой: скидки на вторую и последующую покупки, установление новой цены товара путем снижения, ранее установленной на определенный процент, ценовая скидка в определенные часы работы магазина, лотереи и розыгрыши, стимулирование подарком и т. п.) [34].

Изменение потребительского поведения, преобладание массовой литературы в электронных форматах, утрата печатного слова как одной из важных ценностей, приводит к повышению влияния худших образцов массовой культуры. Выходом из этой ситуации считают также борьбу с литературным пиратством на государственном уровне, поскольку, получая книги бесплатно, читатель больше не воспринимает их как некую ценность, скорее как удобный носитель информации, а также пропаганду чтения как такового.

Заключение

Возникновение и распространение Интернета произошло чрезвычайно быстро. Значение этого фактора для электронных изданий трудно преувеличить. Печатные издания, радио и ТВ получили свое отражение и продолжение в Интернете, возникли проекты, которые существуют только в Интернете (например, Gazeta.ru). В связи с развитием новых типов средств массовой информации стали использоваться новые термины. В среде специалистов в области электронных изданий стали употребляться иноязычные слова «медиа» и «масс медиа», которые стали синонимом электронных изданий. С информационными сайтами в Интернете и мобильными приложениями стали связывать понятие «New media».

Тиражи в прошлом таких крупных общественно-политических печатных изданий, как «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Огонёк», «Известия», деловых - «Коммерсантъ», «Ведомости» сократились в некоторых случаях в десятки раз, с десятков миллионов до сотен и десятков тысяч экземпляров. В больших тиражах нет необходимости – они ушли в Интернет.

В условиях современных информационных войн, ареной которых оказываются умы молодых поколений, представляется крайне актуальным и необходимым изучение состояния и трансформаций электронных изданий, которые становятся все более активным агентом, способным влиять на социальное поведение больших общественных групп.

В ходе выполнения бакалаврской работы было проведено социологическое исследование с целью анализа популярности электронной формы изданий у читателей. В социологическом опросе приняли участие 300 жителей города Пензы, из них 59% - лица женского пола и 41% - лица мужского пола.

Во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: чтение является основным источником получения информации,

чтение способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие личности и характера, параллельно с этим наименее популярный ответ «чтение – это пустая трата времени и сил» так же является мало привлекательным для всех исследуемых нами групп, за исключением мнения 5% холостых и лиц, состоящих в браке и имеющих детей.

Следовательно, по мнению многих респондентов, чтение способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире, повлиять на развитие личности и характера, что косвенно подтверждает сформулированную нами гипотезу.

Таким образом, чтение для современного человека является основным источником получения знаний и информации, а также процессом погружения в себя, отвлечения от социально - бытовых проблем, отвлечения от реальности. Чтение - способ саморазвития, самопознания личности человека.

Вариант ответа о популярности «бумажных книг» является приоритетным для всех респондентов, практически независимо от уровня образования, тем не менее, прослеживается явная зависимость уровня читательских потребностей от уровня образования. Так, люди, имеющие хотя бы одно высшее образование, читают книги чаще, чем люди, имеющие среднее полное или среднее профессиональное образование. Так 40% респондентов со средним полным образованием и 20% со средним профессиональным образованием не читают ничего из перечисленного. В целом, анализ мнения респондентов говорит о популярности печатных книг, электронных книг, новостных интернет-порталов и социальных сетей. Таким образом, полученные результаты подтверждают ранее выдвинутую гипотезу: в современном мире потребность к чтению зависит от культуры человека, от уровня его образования.

Тем не менее, как показывает анализ опроса респондентов, популярность электронных изданий находится на достаточно высоком уровне, тем не менее, лидируют по популярности все также печатные книги.

Анализ вариантов ответа респондентов показывает, что удобнее читать как лицам мужского пола, так и женского электронные книги – 45 и 35% процентов соответственно. В целом, анализ мнения респондентов говорит об удобстве электронных книг независимо от гендерного признака. Также во мнениях респондентов прослеживается определенная тенденция, а именно: в зависимости от уровня социального положения, люди выделяют различные преимущества использования электронных книг. Чем лучше социальное положение, тем чаще люди отмечают удобство электронных книг, тем хуже социальное положение - тем чаще выделяют низкую стоимость электронных книг.

Проведя исследование потребительского поведения на книжном рынке города Пензы, нужно отметить, что культура чтения в нашем городе постепенно утрачивается. В библиотеках преобладает «деловое» чтение над «свободным». Изменяются предпочтения читателей в сторону литературы развлекательного и массового характера. Мотивация чтения и репертуар читательских предпочтений меняется под влиянием телевидения, усиливается интерес к детективам, триллерам, фэнтези, утрачивается интерес к классическим литературным жанрам: поэзия, проза, роман.

Новое поколение уже воспринимает книгу не как, «учебник жизни», а как одно из средств информации и массовой коммуникации.

Изменение потребительского поведения, преобладание массовой литературы в электронных форматах, утрата печатного слова как одной из важных ценностей, приводит к повышению влияния худших образцов массовой культуры.

Выходом из этой ситуации считают борьбу с литературным пиратством на государственном уровне, поскольку, получая книги бесплатно, читатель больше не воспринимает их как некую ценность, скорей как удобный носитель информации.

Перед современным книгоизданием стоят глобальные по масштабу задачи: это и необходимость сохранить устойчивый читательский спрос на

книги, и противодействие тенденции снижения объемов книгоиздания, и предугадывание запросов читателя, стимулирование аудитории, мотивация ее к покупке книги.

Одновременно важно четко понимать, что современный читатель качественно отличается от читателя т. н. советского периода. Он мобильный, целеустремленный, ищущий, привыкший получать нужную информацию чуть ли не сиюминутно. Нельзя ему отказывать в уровне грамотности и образования, активной жизненной позиции, которую и сегодня во многом формируют книги. Он восприимчив ко всем новинкам, более того – он ждет этих новинок, подогревающих его интерес ко всему и вся. Так и с книгой: появление и-ридеров мотивирует современного читателя на пользование ими, часто ради любопытства.

Поэтому для издателя важно предугадать желания аудитории, опередить читателя в его же потребностях. Ведь для читателя, по существу, не важно, в какой форме существует книга: от чтения он не отказывается, он просто меняет каналы восприятия информации.

Таким образом, можно констатировать подтверждение исследовательских гипотез.

1. Действительно, в современной России существуют тенденции снижения спроса на печатные книги, вместе с тем наблюдается увеличение спроса на электронные издания.

2. Причинами растущей популярности электронных книг и изданий являются, прежде всего, всеобщая зависимость от интернет-технологий и информационных технологий, удобство электронных форм книг, стремительное развитие информационных технологий, появление новых гаджетов.

3. В своем большинстве молодое поколение не считают важным и необходимым читать книги, отдавая предпочтение другим видам досуга, не считая книгу необходимым элементом индивидуального развития.

Список литературы

1. Андреева О. В. Зарубежный опыт пропаганды книги и чтения в интернете /О.В. Андреева // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 2.
2. Антопольский А.Б., Маркарова Т.С., Данилина Е.А. Правовые и технологические проблемы создания и функционирования электронных библиотек. - М.: ИНИЦ "Патент", 2012.
3. Антопольский А.Б., Маркарова Т.С., Данилина Е.А. Правовые и технологические проблемы создания и функционирования электронных библиотек. - М.: ИНИЦ "Патент", 2008.
4. Баренбаум, И.Е. Книговедение и электронная книга / И.Е. Баренбаум // Книга: исслед. и материалы. — М.: ТЕРРА, 2013.
5. Бодрийяр Ж. К критике политекономии знака / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. Д.Кралечкин. Москва : Академический проект, 2014.
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. Москва : Республика : Культурная революция, 2013.
7. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Москва, 2012.
8. Бородина В.А. Читательская деятельность: теоретический аспект // Психология чтения и проблемы типологии читателей. Л.,2014.
9. Борусяк Л. Чтение «живое » и чтение «мёртвое», или Неизбежность вырубки «Вишнёвого сада » // Библиотечное дело. — 2014.
10. Вуль В. А. Электронные издания / В. А. Вуль. – Санкт-Петербург : БХВ – Петербург, 2013.
11. Галкин , А.С. Электронные книги и их будущее/ А.С. Галкин. — СПб.- 2013.

12. Гиляревский, Р.С. О тенденциях развития электронных изданий / Р.С. Гиляревский // Книга: исслед. и материалы: Сб. 87: в 2ч. Ч.2 — М.: Наука, 2013.
13. Гиляревский, Р.С. Электронная книга / Р.С. Гиляревский // Книга. Энциклопедия. — М.: Науч. Изд-во «Большая Российская Энциклопедия», 2012.
14. Голубева Л. Н. Метаморфозы массовой культуры: человек в виртуальном пространстве / Л. Н. Голубева // Культурология. 2012.
15. Данилов О. От папирусов до мониторов. Домашний ПК, 2013.
16. Закон экспоненциального роста объема знаний Дерека Прайса. // Культурология. 2013.
17. Зачатейский, Д.Е. Электронные издания: учеб. пособие / Д.Е. Зачатейский. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013.
18. Иголкина Е.А. Электронная книга: технические и юридические аспекты //Книга в современном мире: материалы Международной конференции. Воронеж, 2015
19. Ионин Л. Социология в обществе знаний (от эпохи модерна к информационному обществу). Москва, 2014.
20. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва, 2014.
21. Козлова, Е.И. Направления развития российского рынка электронного книгоиздания /Е.И. Козлова // Книга: исслед. и материалы: Сб. 87: в 2ч. Ч.2 — М.: Наука, 2012.
22. Коршунов Д. С. Общее и специфическое в буквенном и иероглифическом чтении: экспериментальное исследование / Д. С. Коршунов // Вестник Череповецкого государственного университета. 2012.
23. Коряковцева Н. А. Чтение и образование в информационном процессе : учеб. пособие для вузов / Н. А. Коряковцева, В. А. Фокеев. — Москва : Литера, 2013.

24. Косарева М. А. Гипертекстуальность блогов: медиасреда как посредник. М.: Наука, 2014.
25. Маклюэн М.Г. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М., 2015.
26. Мамонтова М. С. Традиционная или электронная: какую книгу читать? / М. С. Мамонтова // Библиография. 2013.
27. Мелентьева Ю. П. Аудиочтение: исторические истоки и современная ситуация / Ю. П. Мелентьева // Научные и технические библиотеки. 2013
28. Нуччи Д. Могут ли электронные книги заменить издания на бумаге? ComputerWorld, 2013.
29. Прокудин Д.Е. «Цифровая культура» VS «Аналоговая культура» / Прокудин Д.Е., Соколов Е.Г. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.17: Философия. Конфликтология. Культурология. Религиоведение. 2013.
30. Прокудин Д.Е. Информационные технологии в образовании и их роль в формировании техногенной культуры : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Санкт-Петербург, 2012.
31. Слово о книге: афоризмы, изречения, лит.цитаты / сост. Е.С. Лихтенштейн. М., 2012.
32. Стародымов, А., Пелепец, М. Электронные книги: российские перспективы / А. Стародымов, М. Пелепец // М., 2015.
33. Сухоруков К. М. Электронная книга и электронные издания // Библиография. – 2014.
34. Сухоруков К.М. Прогнозам вопреки, наперекор экспертам: статистика книгоиздания за первую половину 2013 года. М., 2013.
35. Сухоруков, К.М. Книга в будущем: исследования и материалы // Книга: Исследования и материалы. - М., 2012
36. Терентьев, И. Могут ли электронные книги заменить издания на бумаге? / И. Терентьев // М., 2015.

37. Тищенко П. // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М., 2013.
38. Управление правами в области цифровой информации: практическое руководство. пер. с англ. А.И. Земскова. - М.: Издательство "Омега-Л", 2013.
39. Чикунов И.М. Электронные издания: определение, классификация / И.М. Чикунов. М., 2012.
40. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. М., 2013.
41. Яшина, Г.А. Электронная книга и ее перспективы / Г.А.Яшина // М., 2012.

Приложение 1 – Анкета

Анкета

Здравствуйте! Просим Вас принять участие в исследовании, целью которого является определение отношения людей к чтению, а также значения электронных и печатных изданий в современном мире. Просим высказать Ваше мнение, ответив на предложенные ниже вопросы. Внимательно прочитайте вопросы анкеты и возможные варианты на них. Выбранные ответы подчеркните или обведите кружком его порядковый номер. Ваше имя и фамилию указывать не нужно.

1. Ваше отношение к чтению (не более 2 вариантов):

- 001. Чтение является для меня основным источником получения информации;
- 002. Чтение способно изменить восприятие мира и/или себя в этом мире;
- 003. Чтение расширяет кругозор;
- 004. Чтение доставляет удовольствие от приятного времяпровождения;
- 005. Чтение – это отдых для ума и/или уход от проблем, отвлечение от реальности;
- 006. Чтение – развивает воображение, мышление, речь, и т.д.;
- 007. Чтение уже не модно, а книги всего лишь пережитки прошлого;
- 008. Чтение – это пустая трата времени и сил;
- 009. Чтение – это скучное, нудное и не интересное занятие;
- 010. Свой вариант _____

2. Что Вы читаете? (не более 3 вариантов)

- 011. Читаю все подряд, т.к. чтение – мое хобби;
- 012. Читаю то, что способствует саморазвитию/самообразованию;
- 013. Читаю то, что может меня заинтересовать;
- 014. Читаю то, что требуется в колледже/университете/на работе и т.п.;
- 015. Читаю то, что рекомендуют мне родственники/друзья/знакомые;
- 016. Читаю то, что из развлекательного контента (газеты, глянцевые журналы, и т.п.)
- 017. Читаю новости, объявления, и т.п.;
- 018. Читаю посты/форумы/блоги в Интернете;
- 019. Не читаю ничего из выше перечисленного;
- 020. Свой вариант _____

3. Укажите, пожалуйста, что чаще всего из перечисленного Вы читаете? (укажите один вариант ответа)

- 021. Бумажные книги;
- 022. Бумажные газеты и/или журналы;
- 023. Электронные книги;
- 024. Новостные интернет-порталы;
- 025. Тематические сайты/форумы;
- 026. Социальные сети (посты, блоги, паблики, группы, сообщества и пр.)

- 027. Слушаю аудиокниги;
- 028. Читаю все из выше перечисленного;
- 029. Не читаю ничего из выше перечисленного;
- 030. Свой вариант _____

4. Какие источники информации у Вас вызывают наибольшее доверие? (не более 5 вариантов)

- 031. Газеты и/или журналы;
- 032. Справочные издания (энциклопедии, справочники);
- 033. Телевидение;
- 034. Радио;
- 035. Новостные сайты;
- 036. Информационные интернет-порталы;
- 037. Тематические сайты/форумы;
- 038. Социальные сети (посты, блоги, паблики, группы, сообщества и пр.);
- 039. Друзья/родственники/знакомые;
- 040. Доверяю всему;
- 041. Не доверяю ничему;
- 042. Свой вариант _____

5. Где Вы приобретаете печатные газеты и журналы? (не более 5 вариантов)

- 043. Пользуюсь домашней подпиской;
- 044. Покупаю в киоске/магазине;
- 045. Заказываю через специализированные Интернет магазины;
- 046. Беру в библиотеке;
- 047. Беру у знакомых/родственников/друзей;
- 048. Бросают в почтовый ящик;
- 049. Дают на улицах;
- 050. Нигде, я их не читаю;
- 051. Свой вариант _____

6. Как часто Вы приобретаете периодические печатные газеты и журналы?

- 052. Несколько раз в неделю;
- 053. Один раз в неделю;
- 054. Несколько раз в месяц;
- 055. Один раз в месяц;
- 056. Несколько раз в год;
- 057. Один раз в год;
- 058. Никогда;
- 059. Затрудняюсь ответить.

7. Обведите кружком подходящие Вам варианты ответов (не более 5 по каждому столбцу)

<i>Названия периодических печатных газет</i>	Выберите известные Вам журналы, газеты и т.п.	Выберите используемые Вами журналы, газеты и т.п.
Комсомольская правда	060	086
Российская газета	061	087
Аргументы и факты	062	088
Коммерсантъ	063	089
Ведомости	064	090
Известия	065	091
Спорт Экспресс	066	092
Новая газета	067	093
Правда	068	094
Из рук в руки	069	095
Мир новостей	070	096
Красная звезда	071	097
Экономика и жизнь	072	098
Труд	073	099
Есть работа	074	100
Независимая газета	075	101
Про город	076	102
Пензенская правда	077	103
Наша Пенза	078	104

Деловая Пенза	079	105
Комсомольская правда в Пензе	080	106
Молодой ленинец	081	107
Наш город	082	108
Репортер	083	109
Любимая газета	084	110
Свой вариант _____	085	111

8. Как часто Вы обращаетесь к новостным сайтам?

112. Каждый день

113. Раз в неделю

114. Раз в две недели

115. Раз в месяц

116. Менее раза в месяц

117. Никогда

9. Обведите кружком подходящие Вам варианты ответов (не более 5 по каждому столбцу)

<i>Названия и адреса российских новостных сайтов</i>	Выберите известные Вам сайты	Выберите используемые Вами сайты
ПензаИнформ – penzainform.ru/	118	142
Пензенская правда – pravda-news.ru/	119	143
Пензенские новости – progorod58.ru/	120	144
Новости @mail.ru – news.mail.ru	121	145
Яндекс.Новости – news.yandex.ru	122	146
Рамблер-новости – news.rambler.ru	123	147
РосБизнесКонсалтинг – rbc.ru	124	148
РИА "Новости" – rian.ru	125	149
INFOX.RU Новые новости – infox.ru	126	150

Интернет-газета Lenta.ru – lenta.ru	127	151
Комсомольская правда – kp.ru	128	152
Газета.Ru - gazeta.ru	129	153
NEWSru.com – newsru.com	130	154
Вести.Ru – vesti.ru	131	155
Аргументы и Факты – aif.ru	132	156
GZT.RU – gzt.ru	133	157
Правда.Ру – pravda.ru	134	158
ВЕДОМОСТИ – vedomosti.ru	135	159
ИноСМИ.Ru – inosmi.ru	136	160
ВЗГЛЯД.РУ – vz.ru	137	161
Российская Газета – rg.ru	138	162
Независимая газета – ng.ru	139	163
Деловая сеть – gb.ru	140	164
Свой вариант _____	141	165

10. Какой формат книги Вам удобнее читать?

- 166. Печатные книги;
- 167. Электронные книги;
- 168. Аудиокниги;
- 169. Печатные и электронные;
- 170. Электронные и аудиокниги;
- 171. Удобны все форматы;
- 172. Никакой.

11. Как часто Вы используете электронные книги?

- 173. Каждый день
- 174. Раз в неделю
- 175. Раз в две недели
- 176. Раз в месяц
- 177. Менее раза в месяц
- 178. Никогда

12. Какие виды книжных изданий Вам удобнее читать в электронном варианте? (не более 3 вариантов)
- 179. Художественная литература (романы, детективы, фэнтези и т.д.);
 - 180. Учебная литература;
 - 181. Справочная литература (энциклопедии, словари, справочники и т.д.);
 - 182. Деловая литература (бизнес, экономика, маркетинг и т.д.);
 - 183. Нон-фикшн литература (публицистика, журналистика, научно-популярная и т.д.);
 - 184. Научная литература;
 - 185. Красота. Здоровье. Спорт;
 - 186. Увлечения и хобби (кулинария, домоводство, туризм, и т.д.);
 - 187. Эзотерика (астрология, мистика, магия, парапсихология и т.д.);
 - 188. Философия и религия;
 - 189. Книги на иностранных языках;
 - 190. Любые из перечисленных;
 - 191. Никакие, не читаю электронные книги;
 - 192. Свой вариант _____

13. Где Вы приобретаете электронные книги? (не более 3 вариантов)
- 193. Скачиваю в бесплатных онлайн-библиотеках (litmir.ru, booksonline.com, spaces.ru и др.);
 - 194. Покупаю книги на специализированных сайтах (litres.ru, ozon.ru, amazon.com и др.);
 - 195. Скачиваю у друзей/родственников/знакомых;
 - 196. Скачиваю через специальные программы;
 - 197. Скачиваю через торрент (utorrent.com);
 - 198. Скачиваю из разных источников;
 - 199. Нигде, не люблю электронные книги.

14. Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании электронных книг? (не более 3 вариантов)
- 200. Когда нет денег на печатную книгу, можно бесплатно скачать в онлайн-библиотеке;
 - 201. Не занимает много места, возможность хранить библиотеку на одном носителе;
 - 203. Возможность носить с собой устройство с книгами (телефон, ридер, планшет)
 - 204. Возможность настраивать нужный шрифт, масштаб, яркость и т.п.;
 - 205. Низкая стоимость электронной книги, по сравнению с печатной;
 - 206. Нужные книги не найти в печати (не издавалась, закончился тираж, не переведена и т.д.);
 - 207. Безопасно для чувствительных людей к домашней и бумажной пыли;
 - 208. Нет значительных плюсов;
 - 209. Свой вариант _____

15. Какие минусы, на Ваш взгляд, в использовании электронных книг? (не более 3 вариантов)
- 210. Не всегда под рукой устройство, с которого можно читать;
 - 211. Некоторые форматы не совместимы с устройством, с которого обычно читаешь;
 - 212. Мониторы переутомляют глаза, при длительном чтении;
 - 213. Время работы переносного устройства ограничено емкостью батареи;

- 214. Устройства восприимчивы к внешней среде;
- 215. Недолговечность, может выйти из строя;
- 216. Не пользуюсь и/или не умею пользоваться устройствами для чтения;
- 217. Нет значительных минусов;
- 218. Свой вариант _____

16. Как часто Вы приобретаете печатные книги?

- 219. Раз в неделю;
- 220. Раз в две недели;
- 221. Раз в месяц;
- 222. Раз в полгода;
- 223. Раз в год;
- 224. Никогда.

17. Какие виды книжных изданий Вам удобнее читать в печатном варианте? (не более 3 вариантов)

- 225. Художественная литература (романы, детективы, фэнтези и т.д.);
- 226. Учебная литература;
- 227. Справочная литература (энциклопедии, словари, справочники и т.д.);
- 228. Деловая литература (бизнес, экономика, маркетинг и т.д.);
- 229. Нон-фикшн литература (публицистика, журналистика, научно-популярная и т.д.);
- 230. Научная литература;
- 231. Красота. Здоровье. Спорт;
- 232. Увлечения и хобби (кулинария, домоводство, туризм, и т.д.);
- 233. Эзотерика (астрология, мистика, магия, парапсихология и т.д.);
- 234. Философия и религия;
- 235. Книги на иностранных языках;
- 236. Любые из перечисленных;
- 237. Никакие, не читаю печатные книги;
- 238. Свой вариант _____

18. Где Вы приобретаете печатные книги? (не более 3 вариантов)

- 239. Покупаю в книжных магазинах;
- 240. Покупаю в букинистических магазинах;
- 241. Заказываю в интернет-магазинах с доставкой на дом;
- 242. Беру в библиотеке;
- 243. Покупаю в киосках;
- 244. Покупаю с рук по объявлениям;
- 245. Дарят друзья/родственники/знакомые;
- 246. Беру почитать у друзей/родственников/знакомых;
- 247. Есть домашняя библиотека, которую собрали (собирают) родственники;
- 248. Нигде, не люблю печатные книги;
- 249. Свой вариант _____

19. Какие плюсы, на Ваш взгляд, в использовании печатных книг? (не более 3 вариантов)

- 250. Возможность собрать домашнюю библиотеку;
- 251. Некоторых книг нет в электронном виде, но есть в печати;
- 252. При хорошем освещении книги не портят зрение;
- 253. Они не нуждаются в подзарядке, и их удобнее брать с собой в длительные путешествия;

- 254. Возможность держать книгу в руках, перелистывать страницы, ощущать запах книг;
- 255. Возможность сделать пометки на полях, подчеркнуть важные места карандашом;
- 256. Возможность выбрать понравившиеся издания книги, если такой выбор имеется;
- 257. Нет значительных плюсов;
- 258. Свой вариант _____

20. Какие минусы, на Ваш взгляд, в использовании печатных книг? (не более 3 вариантов)

- 259. Хрупкость бумаги: может пожелтеть или порваться;
- 260. Требуется много места для хранения книг;
- 261. Необходим источник света, чтобы их читать.
- 262. В некоторых случаях его также приходится носить с собой.
- 263. Для производства бумажных книг вырубаются деревья;
- 264. Цены на бумажные книги «кусаются», не все могут себе позволить;
- 265. Не всегда удобное оформление и качественная печать;
- 266. Нет значительных минусов;
- 267. Свой вариант _____

21. Интересуетесь ли Вы электронными изданиями: новостными, научными, художественными и пр.?

- 268. Регулярно;
- 269. Иногда;
- 270. По мере необходимости;
- 271. Не интересуюсь.

22. Считаете ли Вы себя читающим человеком?

- 272. Да
- 273. Скорее да, чем нет
- 274. Скорее нет, чем да
- 275. Нет
- 276. Затрудняюсь ответить

23. Молодое поколение является читающими людьми?

- 277. Да
- 278. Нет
- 279. Затрудняюсь ответить

24. Расскажите, пожалуйста, немного о себе. Укажите Ваш пол:

- 280. Мужской;
- 281. Женский.

25. Ваш возраст:

- 282. 14-24;
- 283. 25-34;
- 284. 35-44;
- 285. 45-54;
- 286. 55-64;
- 287. 65 и старше.

26. Образование:

- 288. Среднее общее (9 классов);
- 289. Среднее полное (11 классов);
- 290. Среднее профессиональное;
- 291. Высшее профессиональное;
- 292. Два и более высших образования;
- 293. Учёная степень.

27. Семейное положение:

- 294. Холост (не замужем);
- 295. Состою в браке (детей нет);
- 296. Состою в браке, есть дети;
- 297. Живу в незарегистрированном браке;
- 298. Разведён (разведена);
- 299. Вдовец (вдова).

28. Род занятий:

- 300. Предприниматель;
- 301. Руководитель высшего звена;
- 302. Руководитель среднего звена;
- 303. Низовой руководитель;
- 304. Квалифицированный исполнитель;
- 305. Специалист/служащий/инженерно-технический работник;
- 306. Рабочий;
- 307. Студент;
- 308. Пенсионер;
- 309. В отпуске по уходу за детьми;
- 310. Безработный;
- 311. Другое.

29. Укажите, пожалуйста, примерный уровень доходов Вашей семьи:

- 312. наших доходов не хватает на самое необходимое;
- 313. У нас достаточно денег на еду, но купить одежду – серьёзная проблема;
- 314. Нам хватает на еду и одежду, но купить телевизор или холодильник нам будет сложно;
- 315. Нам хватает на еду и одежду, а бытовую технику мы вполне можем купить с помощью потребительского кредита;
- 316. Мы можем купить крупную бытовую технику, но на автомобиль не хватит, даже в кредит;
- 317. наших сбережений хватит на всё, кроме таких дорогих покупок, как квартира или дом;
- 318. У нас никаких финансовых затруднений, при необходимости мы можем купить квартиру или дом.

Благодарим Вас за содействие в работе!

Приложение 2 – Экспертный опрос

1. Что такое для современного человека чтение?
2. Существует ли зависимость между чтением и развитием личности с вашей точки зрения?
3. Как Вы считаете, какие факторы, влияют на читательские предпочтения?
4. Насколько всеобщая информатизация, интернет - зависимость влияет на читательские предпочтения и книгоиздательскую индустрию в целом?
5. Назовите причины растущей популярности электронных книг и изданий?
6. К каким проблемам может привести растущая популярность электронных изданий?
7. С Вашей точки зрения, реальна ли перспектива полного перехода библиотек на электронные книги?
8. С Вашей точки зрения, в настоящее время пользуются большим спросом книги в печатном варианте или в электронном?
9. Назовите преимущества и недостатки книг в печатном варианте и книг в электронном варианте с Вашей точки зрения
10. Каким Вы видите будущее печатных и электронных изданий по отдельности?
11. Оцените перспективы развития современного книгоиздания

Приложение 3 - Список экспертов

1. Заместитель главного редактора издательства «ЭКСМО»
2. Представитель издательства «АСТ»
3. Заместитель главного редактора издательства «Азбука»
4. Администратор книжного магазина «Читай город»
5. Администратор книжного магазина «Лабиринт»
6. Генеральный директор типографии «Соло»
7. Администратор сайта <http://www.litres.ru>(продажа цифровых книг)
8. Представитель сайта <http://www.ozon.ru>(цифровые книги и журналы)
9. Журналист новостного портала Пензы - сайта <http://www.penza-press.ru/> (Пензенские новости, информационное агентство)
10. Редактор новостного портала Пензы - сайта <http://smi58.ru/>
11. Специалист Российской книжной палаты